

KEEP MOVING FORWARD

AND RISE TOGETHER

Terlepas dari situasi pandemi, Telkomsel telah memperkuat posisinya sebagai pemimpin industri telekomunikasi dengan terus bergerak maju secara konsisten, seiring komitmennya untuk memberdayakan bangsa dari pojok paling barat hingga tepi paling timur Indonesia. Di tahun 2020,

peranan komunikasi digital menjadi semakin jauh lebih penting

seiring berbagai negara dan kelompok masyarakat beralih ke teknologi digital untuk memajukan perekonomian, meningkatkan produktivitas, berkolaborasi, dan belajar. Semua ini telah mendorong bangkitnya negeri ini—tak hanya untuk sekadar memulihkan perekonomian, tetapi lebih dari itu, menciptakan masa depan yang lebih baik bagi semua. Menghadapi berbagai tantangan yang menghadang, Telkomsel bersama seluruh masyarakat Indonesia bergerak maju untuk unjuk kekuatan, ketangkasan, dan ketahanan negeri ini.

Peran dan kontribusi Telkomsel sejauh ini sangatlah penting. Sebagai bagian dari badan usaha milik negara dengan posisi keuangan yang kokoh, dan juga sebagai penyedia layanan telekomunikasi dengan cakupan jaringan yang luas dan kualitas yang unggul,

Telkomsel membantu melayani kebutuhan masyarakat Indonesia secara merata di tahun 2020,

dengan cara memastikan keandalan, ketersediaan, dan keterjangkauan seluruh produk dan layanannya, dengan memperluas penawaran kami hingga ke jantung kehidupan sehari-hari semua pelanggan kami, dan dengan berinvestasi pada salah satu digital unicorn kebanggaan negeri ini untuk tetap menjadi pemimpin di industri. Langkah ini akan mengakselerasi dampak positif dari berbagai inisiatif Telkomsel hingga ke tingkat akar rumput, sejalan dengan reputasinya, yaitu perusahaan telekomunikasi “yang paling Indonesia”.

Kilas Kinerja

Pendapatan
Bisnis Digital
Rp miliar

62.328

↑ 7,0%

Data _____ **54.766**

Layanan
Digital _____ **7.562**

Kontribusi
Bisnis Digital
%

71,6%

Total BTS
unit

231.172

↑ 8,9%

BTS
3G/4G _____ **180.920**

Pengguna Data
juta orang

115,9

↑ 5,2%

Pengguna LTE
juta orang

106,6

↑ 20,7%

Payload
terabyte

9.654.742

↑ 43,8%

Konsumsi/
Pengguna Data
gigabyte

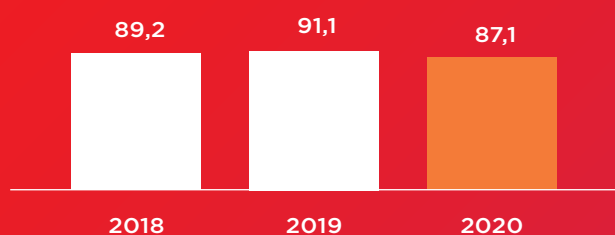
7,5

↑ 43,7%

Kinerja Utama

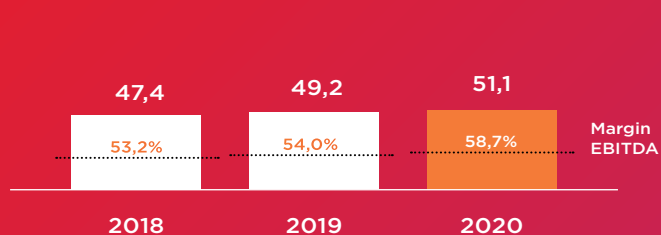
Pendapatan

Rp triliun



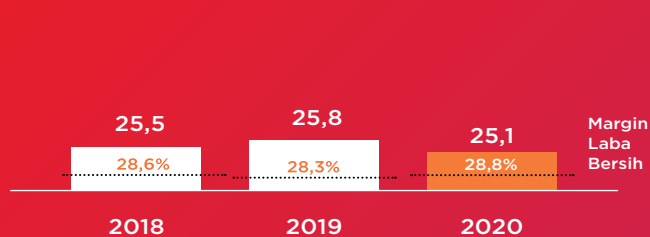
EBITDA & Margin EBITDA

Rp triliun



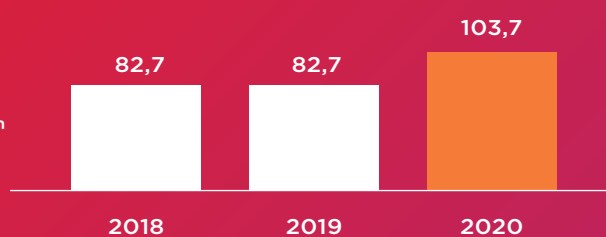
Laba Bersih & Margin Laba Bersih

Rp triliun



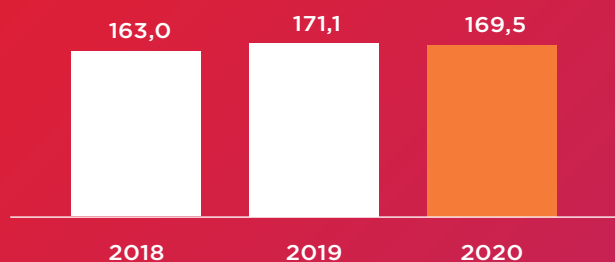
Total Aset

Rp triliun



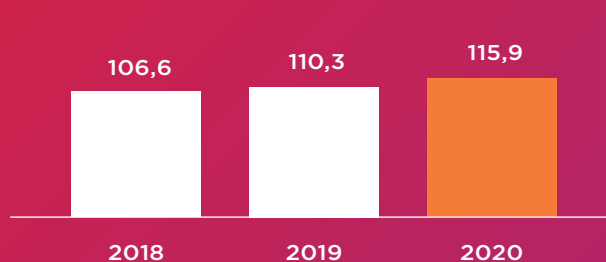
Total Basis Pelanggan

juta orang



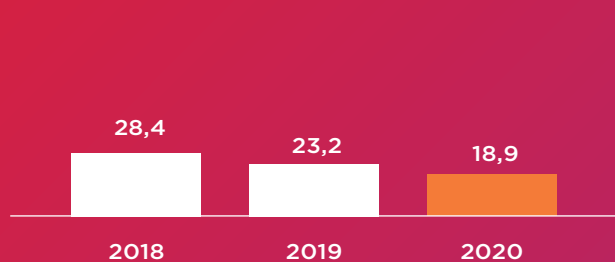
Pengguna Data

juta orang



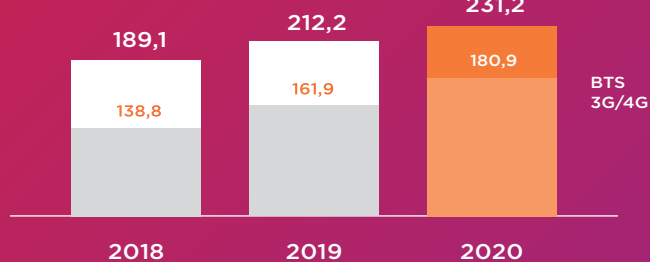
Total BTS Roll-Out

ribu



Total BTS On-Air & Total BTS 3G/4G

ribu



Daftar Isi

Kinerja 2020

- 2 Kilas Kinerja
- 3 Kinerja Utama
- 6 Kinerja Keuangan
- 7 Kinerja Operasional
- 8 Perjalanan 25 Tahun Sang Pionir Bangsa
- 10 Kilas Peristiwa 2020
- 20 Penghargaan
- 25 Sertifikasi ISO

Laporan Manajemen

- 28 Laporan Komisaris Utama
- 32 Dewan Komisaris
- 34 Profil Dewan Komisaris
- 40 Laporan Direktur Utama
- 44 Direksi
- 46 Profil Direksi

Profil Perusahaan

- 54 Sekilas Telkomsel
- 55 Riwayat Kepemilikan Saham
- 56 Struktur Organisasi
- 57 Produk & Layanan Utama
- 58 Jejak Langkah

Tinjauan Bisnis

- 62 Visi dan Misi
- 63 Sekilas tentang Strategi Perusahaan
- 64 Program Transformasi
- 66 Pemasaran
- 74 Layanan Digital
- 79 Gaya Hidup Digital
- 84 Penjualan
- 88 Teknologi Informasi
- 92 Jaringan
- 94 Manajemen Modal Manusia
- 98 Sinergi

Tata Kelola Perusahaan

- 102 Pedoman Perilaku
- 102 Rapat Umum Pemegang Saham
- 103 Independensi Dewan Komisaris dan Direksi
- 103 Dewan Komisaris
- 105 Komite-Komite di Bawah Dewan Komisaris
- 107 Direksi
- 110 Remunerasi
- 110 Audit Eksternal
- 110 *Whistleblowing*
- 110 Sekretaris Perusahaan
- 111 Hubungan Investor
- 112 Audit Internal
- 113 Manajemen Risiko
- 116 Peraturan & Kepatuhan
- 119 Kasus Hukum

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

- 122 CSR sebagai Landasan Visi & Misi Telkomsel
- 122 Sasaran CSR Telkomsel
- 122 Strategi dan Keberlanjutan CSR
- 122 Strategi CSR
 - 122 *Education*
 - 124 *Digital Citizenship*
 - 126 *Community Empowerment and Well-being*
 - 127 *Philanthropy*

Analisis dan Pembahasan Manajemen

- 132 Tinjauan Makroekonomi Global
- 132 Tinjauan Ekonomi Indonesia
- 132 Tinjauan Bisnis dan Prospek Industri
- 133 Gambaran Umum Kinerja 2020
- 133 Kinerja Operasional
- 134 Kinerja Keuangan
- 140 Tanggung Jawab atas Laporan Tahunan 2020

Informasi Tambahan

- 143 Daftar Singkatan
- 144 Daftar GraPARI
- 160 Data Perusahaan

Kinerja Keuangan

Uraian (dalam Rp miliar)	2020	2019	2018	2017	2016
Posisi Keuangan					
Aset Lancar	19.488	18.657	16.836	21.098	28.818
Aset Tetap	74.901	55.229	56.899	56.074	54.259
Aset Tidak Lancar Lainnya	9.263	8.844	8.916	8.576	6.704
Total Aset	103.652	82.730	82.650	85.748	89.781
Liabilitas Lancar	28.997	20.892	20.737	23.031	21.891
Liabilitas Tidak Lancar	23.568	12.629	10.767	8.587	8.520
Ekuitas	51.088	49.209	51.147	54.130	59.370
Total Liabilitas dan Ekuitas	103.652	82.730	82.650	85.748	89.781
Laba Rugi					
Pendapatan	87.103	91.088	89.246	93.217	86.725
Beban (termasuk Depresiasi & lainnya)	54.000	56.134	54.707	53.164	49.502
EBITDA	51.094	49.218	47.439	53.592	49.781
Laba Bersih	25.062	25.799	25.536	30.395	28.195
Arus Kas					
Arus Kas dari Aktivitas Operasi	39.770	41.478	36.910	39.571	42.805
Arus Kas untuk Aktivitas Investasi	(10.923)	(13.448)	(16.095)	(13.984)	(12.794)
Arus Kas dari (untuk) Aktivitas Pendanaan	(6.976)	439	2.998	(710)	(4.731)
Dividen Kas	(21.301)	(26.382)	(27.865)	(34.010)	(19.401)
Kas dan Setara Kas pada Akhir Tahun	9.154	8.583	6.497	10.548	19.681
Rasio Keuangan					
Margin EBITDA ¹	59%	54%	53%	57%	57%
Margin Laba Bersih ²	29%	28%	29%	33%	33%
Return on Assets ³	27%	31%	30%	35%	32%
Return on Equity ⁴	50%	51%	49%	54%	51%

Catatan:

1. Rasio EBITDA terhadap Pendapatan
2. Rasio Laba Bersih terhadap Pendapatan
3. Rasio Laba Bersih terhadap Total Aset Rata-rata
4. Rasio Laba Bersih terhadap Total Ekuitas Rata-rata

Kinerja Operasional

	2020	2019	2018	2017	2016
Pelanggan - ribuan					
Pascabayar	6.495	6.376	5.400	4.739	4.180
Prabayar	163.046	164.729	157.587	191.583	169.740
Total	169.542	171.105	162.988	196.322	173.920

Pendorong Bisnis Legacy

Total MoU - miliaran menit	151	179	207	212	232
Total SMS - miliaran unit	39	54	77	135	183

Pendorong Bisnis Inti

Pengguna Layanan Data - ribuan	115.938	110.253	106.553	105.808	84.729
Data Payload - TB	9.654.742	6.715.227	4.373.077	2.168.245	958.733

ARPU - Rp ribu

Gabungan	44	46	41	43	45
----------	----	----	----	----	----

Data Jaringan - unit

Total BTS-2G	50.252	50.297	50.310	50.324	50.344
Total BTS-3G/4G	180.920	161.938	138.771	110.381	78.689
Total BTS	231.172	212.235	189.081	160.705	129.033

Data Ketenagakerjaan

Jumlah Karyawan (termasuk anak perusahaan dan entitas asosiasi)	5.371	5.465	5.535	5.461	5.191
---	-------	-------	-------	-------	-------

Perjalanan

25 Tahun

Sang Pionir Bangsa

TCASH TAP



2015

GraPARI Hongkong



Langit Musik



2010

TCASH



Kick Off 3G



2006

Peresmian
simPATI



Peresmian
Telkomsel



1995

1997

2004

Peluncuran
Kartu As



2007

Telkomsel
FLASH



2014

Peluncuran 4G



LOOP



1996

Peluncuran
kartuHalo



Pengukuhan nama
GraPARI



Telkomsel mulai
beroperasi di Jakarta





Sepanjang 25 tahun perjalanannya, Telkomsel selalu identik dengan inovasi-inovasinya. Sejak awal, Telkomsel telah menjadi perusahaan telekomunikasi digital terdepan di Indonesia melalui inovasi-inovasi yang menunjang konektivitas, memperkuat persatuan bangsa, dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Dengan memanfaatkan kecermatan teknologi yang kuat, Telkomsel telah merintis dan membuka jalan bagi kemajuan masyarakat Indonesia. Ke depannya, Telkomsel bercita-cita untuk terus bergerak maju bersama masyarakat, untuk bangkit menyongsong masa depan dan terus berkembang lebih tinggi lagi.

Kilas Peristiwa 2020



Investasi Seri B Telkomsel Mitra Inovasi (TMI) di Roambee

IoT Service merupakan salah satu mesin pertumbuhan bisnis digital bagi Telkomsel. Sinergi dengan Roambee, sebuah perusahaan rintisan di bidang logistik dan pemantauan aset berbasis IoT di AS yang telah dipercaya oleh lebih dari 300 perusahaan di seluruh dunia, akan menambah portofolio IoT Telkomsel dan membuka peluang bagi inovasi baru dalam upaya menghadirkan teknologi IoT yang lebih matang dan efektif bagi para pelaku industri. Investasi TMI bersama MDI Ventures di Roambee didasari oleh besarnya potensi pasar industri IoT yang bertumbuh secara menjanjikan di Indonesia. Telkomsel mengembangkan jangkauan teknologi *Narrow Band - Internet of Things (NB-IoT)* secara agresif agar sinergi dengan Roambee mampu menghasilkan use case yang lebih luas untuk pengembangan IoT Telkomsel dan mendukung era Industri 4.0.

Aplikasi MyTelkomsel Menghadirkan Versi Terbaru untuk Meningkatkan *User Experience*

Telkomsel terus memperkuat aspek layanan pelanggannya dengan menghadirkan versi terbaru aplikasi MyTelkomsel *digital touch point* melalui beberapa fitur tambahan. Kini pelanggan dapat membeli pulsa dan paket menggunakan e-money dengan LinkAja dan GoPay, dan selanjutnya akan segera dapat dilakukan dengan OVO, Dana, dan Kredivo. Sementara itu, Aspek UI/UX juga terus ditingkatkan agar pelanggan lebih nyaman dan lancar dalam menggunakan aplikasi tersebut.



Peluncuran *Mobile Game* Telkomsel "Rise of Nowlin"

Telkomsel melalui Dunia Games, kian mengukuhkan posisinya sebagai penerbit aplikasi *mobile gaming* terkemuka dengan meluncurkan sebuah *game* yang berjudul "Rise of Nowlin". *Game* bergenre *Open World MMORPG* ini dikembangkan bekerja sama dengan developer *mobile game* bernama 8 Elements dan mengikuti jejak dari dua judul *game* pendahulunya yang juga pernah diluncurkan oleh Dunia Games yaitu "ShellFire" (2018) dan "Lord of Estera" (2019) yang semuanya tersedia secara gratis di Google Play Store dan App Store.



Januari

Februari



Menghadirkan Inovasi Terbaru by.U yang Ditujukan untuk Gaya Hidup Digital Anak Muda

Sebagai layanan seluler digital prabayar pertama di Indonesia, by.U terus memperluas ketersediaan layanannya untuk menjangkau lebih banyak anak muda di seluruh Indonesia. Variasi baru paket kuota internet yang ditawarkan juga terus ditambah. Untuk menanggapi permintaan kuota besar, selain paket Rp4 ribu untuk kuota 1 GB selama 1 hari, dan Rp50 ribu untuk 10 GB selama 30 hari, by.U juga berencana untuk berinovasi meluncurkan paket kuota besar lainnya. Inovasi terbaru yang dimaksud adalah #RichGIGA dan ditujukan untuk memberikan tambahan kuota 2 GB selama 7 hari bagi pelanggan yang berhasil mengajak teman-temannya untuk menggunakan by.U melalui *referral link*.

Maret

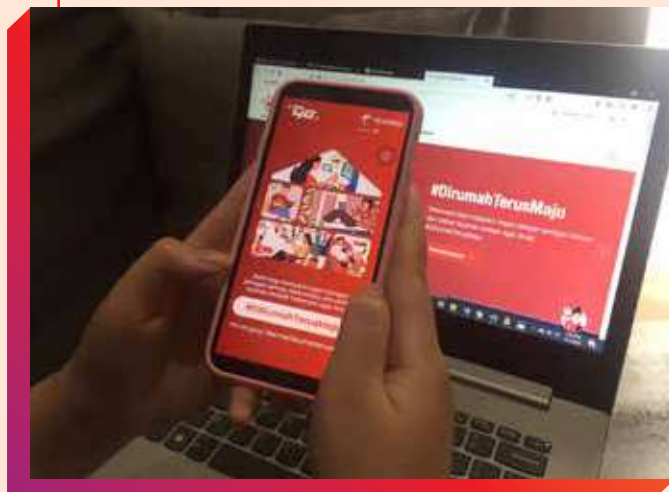


Paket Harga Khusus dan Kuota Data Gratis untuk Layanan Solusi Bisnis Korporat CloudX

Sebagai perusahaan terdepan dalam telekomunikasi digital, Telkomsel menghadirkan solusi tepat untuk memfasilitasi masyarakat bekerja dari rumah (WFH) sesuai kebijakan pemerintah. Melalui layanan Solusi Bisnis Korporat, Telkomsel menawarkan harga spesial dan akses data gratis untuk CloudX. CloudX adalah solusi digital skala *enterprise* yang menyediakan layanan fitur komunikasi, *chat*, dan pertemuan yang dapat diakses melalui tablet, ponsel, dan komputer *desktop*.

Melalui #DiRumahTerusMaju, Bersama-Sama Atasi Covid-19 di Indonesia

Inisiatif #DiRumahTerusMaju merupakan gerakan yang terinspirasi dari semangat solidaritas untuk melindungi Indonesia melalui sinergi seluruh aset ke dalam ekosistem digital Telkomsel di bidang *e-learning*, *e-health*, *e-commerce*, *e-donation*, dan hiburan. Melalui #DiRumahTerusBelajar, Telkomsel bekerja sama dengan platform *e-learning*, perguruan tinggi, dan Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi untuk memastikan kelancaran pembelajaran dari rumah. Melalui #DiRumahTerusProduktif, Telkomsel mendukung produktivitas dan efektivitas masyarakat saat bekerja dari rumah. Melalui #DiRumahTerusTerhibur, Telkomsel menghadirkan berbagai film dan video berkualitas melalui aplikasi MAXstream yang bekerja sama dengan beberapa partner internasional untuk menghadirkan hiburan bagi masyarakat di rumah. Untuk menjaga kesehatan dan menghadirkan akses informasi dan layanan kesehatan berbasis aplikasi, Telkomsel bekerjasama dengan platform aplikasi *e-health* yaitu Halodoc dan Alodokter dalam mewujudkan inisiatif #DiRumahTerusSehat. Melalui #DiRumahTerusBerbagi, Telkomsel bekerja sama dengan platform *crowdfunding* Kitabisa.com dan Benih Baik. Sementara itu, melalui #DiRumahTerusTerhubung, Telkomsel menyediakan berbagai paket kuota data dengan harga terjangkau, yaitu Kuota Keluarga dan Combo Sakti, yang menawarkan kuota besar untuk memenuhi berbagai kebutuhan pelanggan agar senantiasa terhubung. Melalui #DiRumahTerusUpdate, Telkomsel juga menghadirkan Paket Kuota Ketengan bagi pengguna yang ingin mengakses media sosial favoritnya tanpa perlu menghabiskan kuota utamanya.

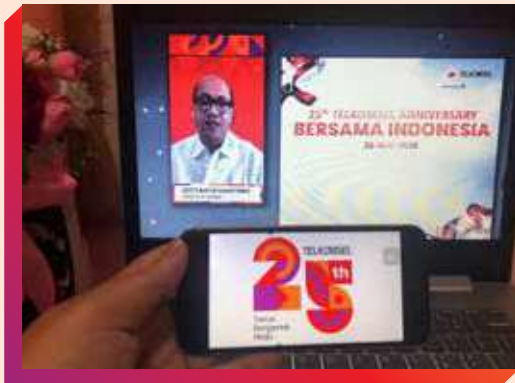


April



Layanan Keamanan Seluler untuk Mendukung WFH

Telkomsel menawarkan solusi *Mobile Security* yang memungkinkan karyawan untuk bekerja dari rumah dengan aman (#DiRumahTerusAman) dan mempertahankan produktivitasnya di mana saja dan kapan saja. Solusi ini melayani pelanggan dari segmen *enterprise* dan memaksimalkan kolaborasi serta melindungi kerahasiaan data perusahaan melalui fitur intinya yang bernama *Unified Endpoint Management* (UEM). Melalui pendekatan *single integrated dashboard*, UEM mempercepat organisasi pengelolaan atas berbagai aplikasi dan konten pada perangkat berbeda yang berjalan pada sistem operasi berbeda.



25 Tahun Telkomsel: Konsisten Melayani Bangsa untuk Terus Bergerak Maju Bersama Indonesia

Dalam setiap tahapan yang dilalui selama 25 tahun terakhir, Telkomsel bersama masyarakat Indonesia telah berhasil menghadapi dan mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi. Kini di tahun ke-25 perjalanannya, Telkomsel kian dekat dengan tujuan utamanya. Telkomsel bertekad untuk terus menjadi pendamping setia dalam menyediakan konektivitas yang mampu memperkuat aspek sosial budaya masyarakat dalam beradaptasi dan mengadopsi “new normal” atau kebiasaan baru di setiap fase kehidupan bangsa.

Mei

myenterprise, Layanan myBusiness Telkomsel untuk Solusi Bisnis bagi Segmen Korporasi

Unit myBusiness Telkomsel meluncurkan platform myenterprise sebagai solusi baru untuk segmen korporasi (*enterprise*) atau *business-to-business* (B2B). Hadir dalam bentuk platform *self-service*, myenterprise memberikan kemudahan bagi pelanggan korporasi untuk mengakses berbagai layanan produk solusi bisnis korporat yang ditawarkan oleh Telkomsel.



Telkomsel Mendongkrak Kesiapan Layanan dan Jaringan *Broadband* Demi Kenyamanan Pelanggan Pada Perayaan Idul Fitri 1441 H

Dalam rangka mengantisipasi penghujung bulan Ramadhan dan menyambut Idul Fitri (RAFI) tahun 1441 H, Telkomsel memastikan ketersediaan jaringan dan layanannya agar pelanggan dapat bersilaturahmi secara virtual. Hal tersebut ditegaskan Telkomsel dalam konferensi video bertajuk “Virtual Network Inspection RAFI 2020” dengan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, Johnny G. Plate, pada 22 Mei 2020. Kegiatan tersebut juga dihadiri oleh Wakil Gubernur Jawa Timur Emil Dardak, Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Jawa Tengah Rina Retnaningrum, dan sosiolog Imam Prasodjo.



Mei

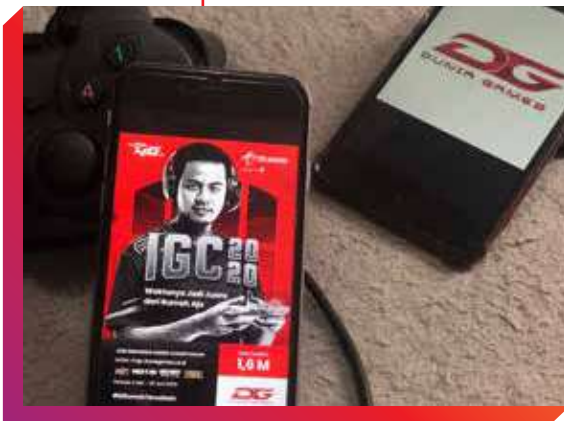
Turnamen Online eSports “Indonesia Games Championship 2020”

Indonesia Games Championship (IGC) edisi ketiga digelar pada Mei hingga September 2020, acara ini terselenggara berkat hasil kerja sama Dunia Games dan Garena. Acara yang diikuti oleh lebih dari 32.000 pegiat *mobile gaming* dari seluruh Indonesia ini memperebutkan total hadiah senilai lebih dari Rp1,6 miliar. Dalam menyikapi pandemi, babak kualifikasi IGC 2020 digelar secara *online*.



Peluncuran VoLTE untuk Memperkuat Peta Jalan Menuju 5G

Soft launch layanan Voice over Long Term Evolution (VoLTE) menjadi tonggak sejarah bagi Telkomsel dalam memperingati hari jadinya yang ke-25. VoLTE adalah layanan telepon berbasis jaringan 4G LTE yang memungkinkan pelanggan terhubung ke internet tanpa harus terputus saat melakukan panggilan telepon sehingga dapat tetap produktif di rumah (#DiRumahBisaTerusProduktif) dengan koneksi internet yang lancar bagi pekerjaan dan kehidupannya.



Telkomsel Merilis Game “Kolak Express 3”

Dunia Games merilis game bergenre simulasi terbaru berjudul “Kolak Express 3”. Game tersebut tersedia gratis di Google Play Store dan merupakan game keempat yang diluncurkan oleh Dunia Games.



Juni

The NextDev bersama Huawei Mengadakan Rangkaian Webinar untuk Para Aktivis Ekosistem Digital

Sejak diluncurkan pada Desember 2019, The NextDev Hub terus mengukuhkan komitmennya sebagai pusat inovasi digital bagi para pegiat industri kreatif digital di Indonesia. Upaya tersebut dibuktikan melalui kolaborasi dengan Huawei. Acara “The NextDev Hub X Huawei Webinar Series” berlangsung setiap minggu dari bulan Juni hingga Agustus 2020. Rangkaian seminar *online* tersebut membahas berbagai tren pasar, mulai dari optimisasi 5G, *cloud*, *Internet of Things*, *big data*, hingga *artificial intelligence* untuk pengembangan bisnis.



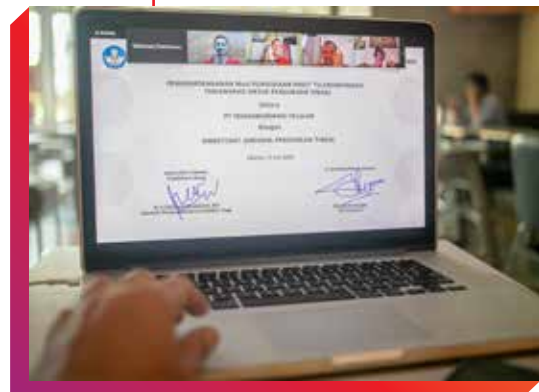


Telkomsel Orbit Menghadirkan Solusi Internet Rumahan yang Sepenuhnya Berbasis Digital

Telkomsel memperkenalkan solusi digital terbaru bagi pelanggan dalam menikmati konektivitas yang lebih cerdas, cepat, dan andal: Telkomsel Orbit. Langkah ini memungkinkan pengguna untuk menikmati fitur konektivitas nirkabel premium berbasis jaringan 4G LTE yang dapat diakses secara luas ke berbagai perangkat di rumah. Telkomsel Orbit pertama kali diluncurkan di 50 kota di seluruh Indonesia.



in



Telkomsel Merilis Bantuan Kuota Terjangkau bagi Perguruan Tinggi

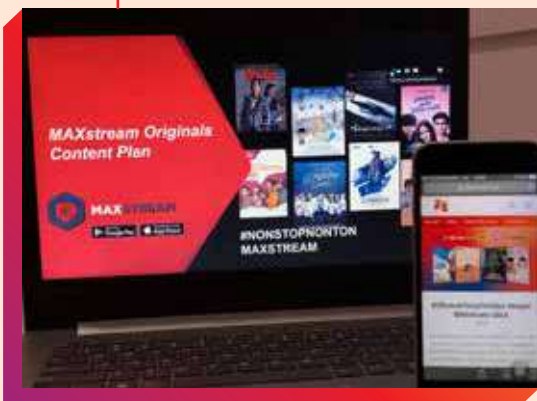
Telkomsel bersama dengan Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia menyalurkan program Bantuan Kuota Terjangkau untuk perguruan tinggi. Melalui kerja sama ini, Telkomsel menghadirkan paket khusus kuota internet dan kuota CloudX untuk para dosen, tenaga pendidik, karyawan, dan juga mahasiswa. Paket data ini memiliki kuota hingga 50 GB, dengan harga mulai dari Rp40 ribu yang dapat diaktifkan melalui aplikasi MyTelkomsel atau melalui menu akses (UMB) *168#.

Telkomsel Memperkaya Ekosistem Digital di Indonesia melalui Program Tinc Batch 5

Melalui Tinc (Telkomsel Innovation Center) Batch 5, Telkomsel menargetkan kerja sama dengan inovator lokal dalam menghadirkan beragam solusi digital dari seluruh Indonesia. Pada tahun 2020, Tinc berfokus pada inovasi di berbagai bidang seperti *Internet of Things (IoT)*, *machine learning*, *artificial intelligence*, *advertising technology*, *financial technology* (fintech) dan berbagai solusi berbasis digital lainnya untuk memperkaya ekosistem digital yang berperan dalam setiap fase kehidupan masyarakat.

MAXstream Menghadirkan Rangkaian Konten Khusus Terbaru

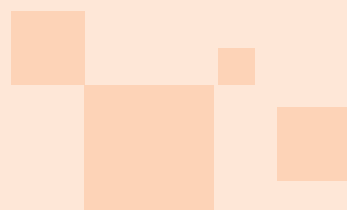
MAXstream adalah sebuah platform pelopor *video on demand* (VOD) Telkomsel yang menghadirkan beragam konten serial original dan program *reality show* spesial terbaru, konser musik, hingga *online graduation*. Langkah ini turut memperkuat komitmen MAXstream sebagai platform *one-stop service* VOD. Sejumlah serial original dan program khusus yang ada di MAXstream meliputi “Passion Project”, “Wisuda Online 2020”, “25 Tahun Berkarya Melly Goeslaw dan Anto Hoed”, dan “Lebih Dekat dengan Raffi dan Gigi”.



Memperingati HUT RI ke-75, Telkomsel Terus Bergerak Maju Bersama Indonesia

Telkomsel memperingati semangat HUT RI yang ke-75 dengan menyediakan akses telekomunikasi ke seluruh Indonesia yang sekaligus menjadi momentum bagi Telkomsel untuk terus meningkatkan upayanya sebagai Perusahaan telekomunikasi digital terdepan dalam penyediaan konektivitas digital, platform digital, dan layanan digital dalam membina ekosistem digital yang inklusif dan berkelanjutan di seluruh wilayah nusantara.

Agustus



Telkomsel Meluncurkan Program Merdeka Belajar Jarak Jauh (MBJJ)

Telkomsel berkomitmen penuh untuk mendukung Program Subsidi Kuota Data Internet dari Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi yang bertujuan untuk memberdayakan kegiatan pembelajaran jarak jauh siswa dan guru selama pandemi Covid-19. Untuk memberikan nilai lebih kepada masyarakat, Telkomsel meluncurkan program Merdeka Belajar Jarak Jauh (MBJJ) yang menawarkan kartu perdana khusus dengan keunggulan paket kuota belajar 10 GB dan paket kuota perpanjangan 11 GB senilai Rp5 ribu.



Inovasi Telkomsel DigiAds dalam Mendukung Sektor Periklanan Digital Indonesia

Telkomsel DigiAds menyediakan solusi periklanan digital terintegrasi yang merupakan bagian dari transformasi digital Telkomsel. Dirilis pada tahun 2013, Telkomsel DigiAds menawarkan solusi periklanan digital yang lengkap melalui empat pilar utama: *Messaging, Display, Rewards, dan Banking*. Solusi lengkap Telkomsel DigiAds membantu Perusahaan dalam menjalankan berbagai kampanye marketing digital yang efektif, efisien, dan tepat sasaran untuk meningkatkan *awareness, traffic, dan penjualan*. Fitur andalannya, yaitu ROLI, memungkinkan pengguna dalam memperoleh berbagai informasi dan kesempatan untuk memenangkan berbagai hadiah melalui interaksi dengan konten, fitur, dan programnya.



Telkomsel Tech Titans League, Platform Kompetitif untuk Talenta-Talenta Teknologi Terkemuka di Indonesia

Telkomsel mempersembahkan Tech Titans League, sebuah program baru bagi para talenta teknologi terkemuka di Indonesia sebagai ajang untuk mengasah ilmu dan kemahirannya. Tech Titans League Telkomsel terdiri dari serangkaian acara yang sepenuhnya dilaksanakan secara *online*. Pada saat rilis pertama kali, acara ini menggunakan *data analytics* sebagai tema utamanya mengingat pentingnya bidang ini dalam era digital dan dalam menggerakkan Revolusi Industri 4.0. Tech Titans League Telkomsel terbuka untuk umum dan tahap pendaftarannya dimulai dari September hingga Oktober 2020.



Kolaborasi dengan Disney+ Hotstar

Melalui kerja sama Telkomsel dengan Disney+ Hotstar, pelanggan prabayar dan pascabayar dapat mengakses layanan Disney+ Hotstar melalui aplikasi MyTelkomsel dengan mengakses *363*999# dan aplikasi MAXstream. Paket langganan Disney+ Hotstar dan kuota MAXstream tersedia mulai dari Rp20 ribu, beserta tambahan kuota MAXstream 3 GB setiap bulannya yang dapat digunakan untuk mengakses Disney+ Hotstar dan MAXstream. Layanan ini ditawarkan dalam empat pilihan berlangganan, yakni selama 1, 3, 6, dan 12 bulan.

September



Telkomsel Menggelar Acara The 2020 Digital Creative Millennials untuk Mengakselerasi Transformasi Digital UMKM di Indonesia

Program Digital Creative Millennials telah menjadi program CSR tahunan Telkomsel sejak tahun 2018. Dalam rangka memperingati Hari Sumpah Pemuda, program Digital Creative Millennials berfokus untuk membantu kemajuan UMKM melalui rangkaian pelatihan dan edukasi serta *workshop online* terkait transformasi digital di sektor UMKM. Rangkaian acara tersebut menghadirkan para wirausahawan yang sangat berpengalaman sebagai pembicaranya.

Telkomsel Mengalihkan Kepemilikan 6.050 Menaranya ke Mitratel

Telkomsel melakukan aksi korporasi untuk merestrukturisasi portofolio bisnisnya secara bertahap dengan mengalihkan kepemilikan atas 6.050 menara telekomunikasinya kepada Mitratel. Proses ini selesai pada akhir kuartal pertama 2021. Acara tersebut ditandai dengan penandatanganan Perjanjian Jual Beli Bersyarat antara kedua belah pihak. Ke depannya, Telkomsel akan berfokus untuk memperkuat ekosistem digital dengan memastikan ketersediaan dan pemerataan layanan digital terbaik di Indonesia.



Kepercayaan Generasi Z Atas Penobatan by.U sebagai Digital Brand of Choice

Layanan by.U berhasil meraih predikat *Brand of Choice for Generation Z* di Indonesia pada ajang Marketeers Youth Choice Brands of the Year 2020. Pada ajang penghargaan yang perdana diselenggarakan tersebut, by.U dinobatkan sebagai pemenang untuk kategori *Digital Operator*. Telkomsel sebagai inisiator by.U juga mendapatkan penghargaan untuk kategori *Telecommunication Operator*. Pengumuman pemenang dilakukan secara *online* pada event Marketeers XFest 2020 pada 25-26 November 2020.

Kolaborasi Telkomsel dan Gojek dalam Memperkuat Ekonomi Digital Indonesia

Telkomsel berinvestasi di Gojek, yaitu sebuah platform *on-demand* dan pembayaran terkemuka di Asia Tenggara. Investasi ini dilakukan untuk mendukung kolaborasi kedua perusahaan dalam mempercepat transformasi digital di tanah air. Kolaborasi ini merupakan kelanjutan dari kerja sama Gojek dan Telkomsel sebelumnya, yaitu sejak 2018 Telkomsel menyediakan penawaran paket data terjangkau kepada para mitra pengemudi Gojek.



Desember



Telkomsel Merilis *Friendly Game* Berjudul “Three Kingdoms: Quest of Infinity” untuk Berbagai Perangkat

Dunia Games meluncurkan *game* ketiganya pada tahun 2020 yang berjudul “Three Kingdoms: Quest of Infinity” dengan dukungan dari PT Melon Indonesia. *Game* ini menghadirkan tantangan bermain *Tactical Battles* terbaru bagi para penggemar *mobile game* di Indonesia.

Telkomsel Mengangkat Antusiasme Masyarakat dalam Menyambut Natal 2020 dan Tahun Baru 2021

Memasuki musim perayaan Natal 2020 dan Tahun Baru 2021, Telkomsel menggelar sejumlah kegiatan dan program untuk menangkat antusiasme seluruh masyarakat Indonesia. Kegiatan tersebut antara lain pengamanan dan peningkatan kualitas jaringan *broadband*, program *loyalty* bersama dengan promo produk digital unggulan, dan acara berbagi bersama melalui program CSR yang berupa pembagian paket sembako dan bingkisan kepada 15.000 anak yatim, kelompok kurang mampu dan masyarakat kurang mampu, serta bantuan paket sembako dan peralatan kebersihan untuk 250 yayasan, panti asuhan, dan gereja.



Sinergi Telkomsel - Gojek dalam Memperkuat Digitalisasi UKM dan Produktivitas Para Mitra Pengemudi

Dalam rangka melanjutkan kolaborasinya dengan Gojek, Telkomsel semakin memperdalam penetrasinya untuk memperluas dan memperkuat digitalisasi UKM melalui pemberian dukungan kepada lebih dari 20 ribu mitra *reseller/outlet* untuk turut bergabung ke dalam ekosistem digital Gojek yaitu GoShop agar memungkinkan bagi mereka untuk memperluas jangkauan bisnisnya. Selain itu, Telkomsel terus berupaya untuk mendongkrak produktivitas mitra pengemudi Gojek dengan mempromosikan Paket Swadaya Telkomsel yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan permintaan para pengemudi tersebut.

Penghargaan

Telkomsel menerima sejumlah **penghargaan berskala nasional dan internasional di tahun 2020 untuk berbagai kategori**. Ini menunjukkan komitmennya terhadap keunggulan yang berkelanjutan di bidang bisnis dan layanan pelanggan, citra perusahaan yang baik, tanggung jawab sosial perusahaan, dan pengalaman pelanggan.



Indonesia CX
Customer
Experience
Champions
2020 - *simPATI*
(Prepaid Card)



Indonesia CX
Customer
Experience
Champions
2020 - GraPARI
(Customer
Touch Point)



Indonesia CX
Customer Experience
Champions 2020 -
Telkomsel Orbit (Home
Internet Wireless
Broadband)



World Branding Awards -
Telkomsel (Brand of The Year
2020-2021)



Frost & Sullivan -
2020 Excellence
in Customer
Experience



Opensignal Award -
Telkomsel



International
Finance Awards
2020 - Most
Innovative Telecom
Service Provider -
Indonesia 2020



CIPS Asia Supply
Management Awards
2020 - People
Development Winner



CIPS Asia Supply
Management Awards 2020
- Collaborative Teamwork
Winner

BUMN Marketeers Awards 2020 - Telkomsel
(Silver Winner)



Marketeers Youth
Choice Award 2020
- by.U

Marketeers Youth
Choice Award 2020 -
Telkomsel



Iconomics CSR Award 2020 - Telkomsel
(Inisiatif Tanggap Darurat COVID-19)



Marketing Continuity Brand
Appreciations - by.U



Marketing Sustainability
Brand Appreciations -
Telkomsel



Anugerah Humas
Indonesia - Telkomsel
(Terpopuler di Media
Digital 2020)



Anugerah Humas
Indonesia - Setyanto
Hantoro (Direktur
Utama Telkomsel)



PR Indonesia Award - Most
Popular Leader in Social
Media 2020 (Setyanto
Hantoro - Direktur Utama
Telkomsel)



Indonesia Wow Brand 2020 - Telkomsel
(Gold Champion)



Top Digital Awards
2020 - Telkomsel
(Level Stars 5)



Millennial's Top Brand
Award 2020 -
Telkomsel (1st Millennial's
Choice Brand)



PR Indonesia Awards 2020 -
by.U (Gold Winner)



PR Indonesia Awards 2020 -
Let's Rebound and Go Digital
(Gold Winner)



PR Indonesia Awards 2020 -
Telkomsel

Citra Perusahaan

TOP Digital Awards 2020	Setyanto Hantoro (President Director) - Top Leader on Digital Implementation 2020
International Finance Awards 2020	Most Innovative Telecom Service Provider - Indonesia 2020
World Branding Awards	Telkomsel - Brand of The Year 2020-2021 (Telecommunications - Mobile - Indonesia)
CIPS Asia Supply Management Awards 2020	Telkomsel - Collaborative Teamwork Winner
CIPS Asia Supply Management Awards 2020	Telkomsel - People Development Winner
Cloudera Data Impact Awards 2020	Telkomsel - Industry Transformation
Indonesia Most Admired Company Award 2020	Telkomsel - Top 3 Most Admired Companies (Telecommunication Sector)
Corporate Branding PR Awards	Telkomsel - Best Corporate Branding 2020
Selular Awards 2020	Best Contact Center - Telkomsel
GATRA Icon Awards 2020	Best "Inovasi Peningkatan UMKM Melalui Basis Digital"
Inhouse Magazine Award 2020	E-Magazine Sub Kategori Perusahaan Swasta Nasional
BUMN Marketeers Awards 2020	Telkomsel - Silver Winner - The Most Promising Company in Marketing 3.0
Indonesia Wow Brand 2020	Telkomsel - Gold Champion (Cellular Operator Category)
Millennial's Top Brand Award 2020	Telkomsel - 1 st Millennial's Choice Brand in Cellular Telecommunication Provider Category
TOP Digital Awards 2020	Telkomsel - Top Digital Implementation 2020 on Telecommunication Sector - Level Stars 5
TOP Digital Awards 2020	Telkomsel - Top Digital Transformation Readiness 2020

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Iconomics CSR Award 2020	Telkomsel (Sektor Telekomunikasi) Inisiatif Tanggap Darurat COVID-19 - Dukungan Kesehatan Medis dan Pendidikan Online
Iconomics Indonesian CSR Brand Equity Award 2020	Telkomsel - CSR Brand Equity
Selular Awards 2020	Telkomsel - Best Social Contribution

Pengalaman Pelanggan

Frost & Sullivan - 2020 Excellence in Customer Experience	Telkomsel - Best in Mobile Experience (Telecommunications Industry)
Frost & Sullivan - 2020 Excellence in Customer Experience	Telkomsel - Best in Net Promotor Score (Telecommunications Industry)
Indonesia CX Customer Experience Champions 2020	simPATI (Prepaid Card) - Champion Indonesia Customer Experience 2020
Indonesia CX Customer Experience Champions 2020	Telkomsel Orbit (Home Internet Wireless Broadband) - Champion Indonesia Customer Experience 2020
Indonesia CX Customer Experience Champions 2020	GraPARI (Customer Touch Point) - Champion Indonesia Customer Experience 2020

Public Relations

PR Indonesia Award	Most Popular Leader in Social Media 2020 - Kategori CEO Anak Usaha BUMN - Setyanto Hantoro (Direktur Utama Telkomsel)
Anugrah Humas Indonesia	Terpopuler di Media Digital 2020 - Kategori Pemimpin Anak BUMN (Setyanto Hantoro - Direktur Utama Telkomsel)
PR Indonesia Awards 2020	Telkomsel by.U - Gold Winner (Kategori Anak Usaha BUMN - Sub Kategori Aplikasi)
PR Indonesia Awards 2020	Telkomsel Transformation: Let's Rebound and Go Digital - Gold Winner (Kategori Anak Usaha BUMN - Sub Kategori Digital PR)
PR Indonesia Awards 2020	Telkomsel (Kategori Terpopuler di Media - Sub Kategori Anak Usaha BUMN)
PR Awards 2020	Telkomsel - Best Insight Driven - Silver Winner
PR Awards 2020	Best PR by In House Communications Team - Finalist
PR Awards 2020	Best Employee Engagement - Finalist
PR Awards 2020	Best Use of Content - Finalist
Anugrah Humas Indonesia	Terpopuler di Media Digital 2020 - Kategori Anak BUMN (Telkomsel)
Teropong Public Relations Award 2020	Telkomsel - Best Use of Digital Innovation
Teropong Public Relations Award 2020	Telkomsel - Best of Media Relation

Produk & Pemasaran

Selular Awards 2020	Most Innovative Data Package - by.U
Selular Awards 2020	Best Digital Services - CloudX
MarkPlus Marketing Continuity Brand Appreciations	Marketing Continuity Brand - by.U
MarkPlus Marketing Sustainability Brand Appreciations	Marketing Sustainability Brand - Telkomsel
Marketeers Youth Choice Award 2020	Telecommunication Operator - Telkomsel
Marketeers Youth Choice Award 2020	Digital Operator - by.U
Indonesian Esports Awards 2020	Favorite Non-publisher Esports Tournament: Indonesia Games Championship 2020
The Marketing Events Awards 2020	Telkomsel Dunia Games - Best Consumer Event: eSports (Finalist)
The Marketing Events Awards 2020	Telkomsel - Best Use of Multi Channel Marketing (Finalist)

Jaringan

Opensignal Award	Telkomsel - Video Experience
Opensignal Award	Telkomsel - Voice App Experience
Opensignal Award	Telkomsel - Latency Experience
Opensignal Award	Telkomsel - Download Speed Experience
Opensignal Award	Telkomsel - Upload Speed Experience
Opensignal Award	Telkomsel - 4G Coverage Experience

Sertifikasi ISO

LAYANAN PELANGGAN

80

GraPARI Telkomsel memiliki sertifikasi ISO 9001:2015.

GraPARI Telkomsel:

- | | |
|---------------------------------|----------------------------|
| • Banda Aceh | • Denpasar |
| • Batam Center | • Gresik |
| • Batam Penuin | • Jember |
| • Belitung | • Kediri |
| • Bengkulu | • Kudus |
| • Binjai | • Kupang |
| • Dumai | • Kuta |
| • Jambi | • Madiun |
| • Kisaran | • Malang |
| • Kualanamu | • Mataram |
| • Lampung | • Pondok Jati |
| • Lhokseumawe | • Probolinggo |
| • Lubuk Linggau | • Purwokerto |
| • SKA Pekanbaru | • Renon |
| • Meulaboh | • Ciputra Semarang |
| • Ring Road City Walks Medan | • Semarang Pahlawan |
| • Muara Bungo | • Solo |
| • Padang | • Bukit Darmo Surabaya |
| • Padang Sidempuan | • Surabaya Pemuda |
| • Palembang Icon | • Tegal |
| • Pekanbaru | • TTC HR Muhammad Surabaya |
| • Sibolga | • WTC Surabaya |
| • Tanjung Balai Karimun | • Yogyakarta |
| • Tanjung Pinang | • Ambon |
| • Tembilahan | • Banjarmasin |
| • Center Point Medan | • Bontang |
| • Central Park Jakarta Barat | • Gorontalo |
| • Cianjur | • Jayapura |
| • Cibubur | • Kendari |
| • Cilegon | • Makassar |
| • Dago Bandung | • Manado |
| • Gandaria City Jakarta Selatan | • Manado Town Square |
| • Wisma Alia | • Manokwari |
| • Karawang | • Palangkaraya |
| • Serang | • Palu |
| • Sukabumi | • Pare-Pare |
| • Terminal 3 Bandara Soetta | • Pontianak |
| • Tasikmalaya | • Samarinda |
| • Banyuwangi | • Sudirman Balikpapan |
| | • Tarakan |
| | • Timika |

Telkomsel berkomitmen untuk menghadirkan kepuasan pelanggan yang terbaik sejalan dengan standar internasional ISO 9001:2015. Ini merupakan standar internasional untuk manajemen mutu, yang menunjukkan bahwa Telkomsel telah konsisten dalam menghadirkan layanan berkualitas tertinggi dan menjamin kepuasan pelanggannya.

Di tahun 2020, Telkomsel mempertahankan sertifikasi ISO ini pada 80 GraPARI-nya, yang mencerminkan kualitas pemeliharaan fasilitas layanan pelanggannya.

TEKNOLOGI INFORMASI

Telkomsel menerima sertifikasi ISO/IEC 27001:2013 dari BSI untuk manajemen keamanan informasi dalam aspek-aspek berikut: *Billing, Rating and Charging, Mobile Financial Management (E-Wallet), Service Management, Order & Fulfillment Management, Customer Management (Prepaid, Postpaid, Customer Data Support), Supply Chain & Resource Management, Sales & Channel Management, Business Intelligence Management, Financial Management, Messaging and Notification Management, Telco Network Infrastructure, dan Surrounding Billing Environments*. Hal ini sejalan dengan *Statement of Applicability ISMS/M01 Version 10.2* yang diterbitkan pada bulan Mei 2020.



A black and white photograph of a street scene. On the left, there is a multi-story building with a grid-like facade. A car is parked on the street in front of the building. The image is partially obscured by a large red and orange gradient overlay on the right side.

Laporan Manajemen

02.

Laporan Komisaris Utama

Pemegang Saham yang Terhormat,

Pertumbuhan ekonomi pada tahun 2020 mengalami tekanan berat dari pandemi Covid-19 yang mengganggu aktivitas ekonomi dan menyebabkan resesi di seluruh dunia. Kebijakan *lockdown* diberlakukan oleh berbagai negara di seluruh dunia dan secara praktis hampir menghentikan kegiatan di berbagai sektor, menanggihkan aktivitas industri dan juga sosial. Meskipun aktivitas ekonomi global mulai pulih pada kuartal ketiga tahun 2020, banyak institusi memperkirakan proses pemulihan akan berlangsung lebih lama dan lebih terbatas.

Setelah berkontraksi 4,3% pada tahun 2020, ekonomi global diproyeksikan tumbuh sekitar 4,0% pada tahun 2021. Kendati demikian, meskipun pertumbuhan ekonomi berangsur pulih setelah dimulainya program vaksinasi di banyak negara di seluruh dunia, output ekonomi global untuk tahun ini diperkirakan masih di bawah tingkat pra-pandemi. Investasi global telah menurun secara signifikan, terutama di negara-negara maju dan berkembang yang saat ini sedang berjuang menghadapi wabah virus. Menghadapi krisis ini, pemerintah dan otoritas keuangan di seluruh dunia merespons dengan menerapkan berbagai kebijakan fiskal, seperti stimulus fiskal yang didukung oleh ekspansi moneter dan pelanggaran kebijakan di sektor keuangan.

Meskipun mencatat kontraksi tahunan pertamanya sebesar 2,07% sejak krisis keuangan tahun 1998, PDB Indonesia pada kuartal keempat tahun 2020 sebenarnya menunjukkan tanda-tanda pemulihan ekonomi. Didukung oleh stimulus pemerintah dan pertumbuhan konsumsi rumah tangga, PDB di kuartal keempat menyusut hanya sebesar 2,19% YoY, lebih baik dibandingkan dengan pertumbuhan

Langkah Telkomsel selanjutnya adalah menjadi perusahaan telekomunikasi digital sepenuhnya dengan memanfaatkan aset dan kapabilitas digital untuk mempercepat dan melanjutkan pengembangan ekosistem digitalnya.



Wishnutama Kusubandio
Komisaris Utama

-3,49% pada kuartal ketiga tahun 2020. Secara keseluruhan, pemulihan ekonomi Indonesia diharapkan berlangsung secara bertahap sepanjang tahun ini, di tengah ketidakpastian yang membayangi proses vaksinasi yang lambat dan munculnya varian virus baru.

Industri telekomunikasi, mengingatnya posisinya yang semakin penting dalam masyarakat, memberdayakan setiap aktivitas dari aglomerasi perkotaan terpadat ke desa-desa terpencil di kawasan perbatasan, tengah mengalami proses transisi yang bersejarah. Meskipun secara global jumlah pengguna layanan telekomunikasi terus meningkat di era pembatasan sosial ini, pandemi juga telah menghadirkan masalah besar bagi industri. Daya beli yang lebih lemah dan belanja konsumen yang lebih rendah telah berdampak nyata pada industri, menghambat potensi pertumbuhannya. Paduan antara interaksi ekonomi yang melambat dan tekanan kuat pada struktur harga data seluler akibat dari persaingan pasar yang lebih ketat pada akhirnya menyebabkan tekanan pada pendapatan dan profitabilitas industri.

PENGAWASAN PELAKSANAAN STRATEGIS DI TAHUN 2020 - KEBERHASILAN MENGHADAPI KESULITAN

Menghadapi lanskap yang begitu luas namun sangat kompetitif, Telkomsel menerapkan beberapa tindakan taktis utama sambil terus mempercepat transisi dari bisnis Legacy ke bisnis

Data. Lebih penting lagi, kami memahami adanya kebutuhan yang meningkat untuk produk dan layanan yang terjangkau selama krisis Covid-19. Bersama-sama, kami memastikan pengalaman yang memuaskan bagi semua pelanggan kami, melalui produk dan layanan yang terjangkau dan dapat diandalkan. Dan sebagai bagian dari bangsa Indonesia, kami mendukung penuh program penyediaan paket subsidi data dari pemerintah untuk murid dan guru di seluruh negeri.

Dewan Komisaris telah menilai kinerja manajemen Telkomsel sepanjang tahun 2020 sesuai dengan tugas dan tanggung jawabnya, termasuk untuk meninjau kelangsungan bisnis Telkomsel secara teratur. Berdasarkan hasil yang telah diraih Telkomsel, dengan ini Dewan Komisaris mengakui kinerja Direksi yang luar biasa dalam memimpin Telkomsel melewati situasi yang penuh tantangan. Direksi telah berhasil membangun fondasi yang kuat bagi Bisnis Digital Telkomsel untuk berkembang secara berkelanjutan di era yang penuh ketidakpastian ini. Kami yakin bahwa pengembangan Bisnis Digital sangat penting untuk menegaskan dominasi Telkomsel di industri telekomunikasi Indonesia di masa depan.

Pada tahun 2020, Telkomsel berhasil mempertahankan kinerja di aspek finansial dan juga non-finansial. Secara finansial, Telkomsel membukukan Pendapatan, EBITDA, dan Laba Bersih yang solid, dengan tingkat profitabilitas yang sehat. Di tahun yang sungguh berat bagi kita semua, merupakan sebuah kebanggaan untuk dapat melihat kembalinya tren positif Telkomsel seperti ditunjukkan oleh peningkatan kinerja di kuartal terakhir tahun 2020.

Pada aspek non-finansial, Direksi melanjutkan penambahan cakupan dan kualitas jaringan Telkomsel dengan meningkatkan jumlah BTS yang dioperasikan. Konektivitas tetap merupakan elemen inti dalam bisnis kami, bahkan seiring kami meningkatkan proses transformasi digital melalui berbagai inovasi dan inisiatif digital. Dengan demikian, layanan, platform, dan konektivitas kami akan terus disempurnakan, sehingga kami dapat memberikan pengalaman digital yang paling beragam dan lengkap bagi pelanggan kami. Beginilah cara manajemen mewujudkan aspirasi Telkomsel untuk menjadi perusahaan telekomunikasi digital terdepan. Kami paham bahwa pencapaian-pencapaian ini berasal dari dukungan dan dedikasi dari semua T-Flyers, yang talentanya akan terus dikembangkan, dan juga berkat prinsip tata kelola perusahaan yang baik yang kami usung. Merupakan sebuah kebahagiaan melihat Telkomsel berhasil mencapai pertumbuhan yang seimbang dan berkelanjutan yang sangat berarti bagi para pemegang saham dan pemangku kepentingan.

PANDANGAN MENGENAI PROSPEK BISNIS - TERUS BERGERAK MAJU DAN BANGKIT BERSAMA

Langkah Telkomsel selanjutnya adalah menjadi perusahaan telekomunikasi digital sepenuhnya dengan memanfaatkan aset dan kapabilitas digital untuk mempercepat dan melanjutkan pengembangan ekosistem digitalnya. Hal ini merupakan perkembangan yang alami bagi kami, sebagai perusahaan

yang telah menjadi pemimpin industri selama 25 tahun kami berada. Dan transformasi ini akan lebih bermakna dan berdampak dibandingkan dengan yang telah kami lalui sebelumnya. Evolusi ini, seperti yang dirumuskan dalam rencana strategi pertumbuhan Telkomsel, akan didukung oleh sejumlah besar penawaran baru dalam konten digital dan pilihan gaya hidup bagi pelanggan kami, serta oleh sinergi yang kuat dengan mitra digital dari dalam dan luar negeri, yang akan membantu kami memperluas pangsa pasar, dan yang terpenting, membuat pelanggan tetap loyal. Strategi telekomunikasi digital Telkomsel, dengan fokus pada peluncuran 5G, akan membuka peluang yang menarik bagi integrasi teknologi yang semakin erat dalam hidup kita. Strategi ini akan menjadi mesin transformasi kami, membuka dan meningkatkan kemampuan digital kami di dunia baru yang sarat dengan peluang.

Kinerja Telkomsel di tahun 2020 telah memperkuat dorongan untuk meningkatkan penawaran produk dan kemampuan digital kami, dan selanjutnya kami akan terus fokus pada kebutuhan pelanggan dan pertumbuhan jangka panjang. Kami bertekad untuk memperkuat keterlibatan pelanggan kami sebagai dasar dari arah strategis kami di tahun 2021. Dengan demikian, Telkomsel akan memberikan lebih dari layanan konektivitas dan memberikan layanan dan solusi

digital yang beragam didukung oleh kualitas jaringan yang unggul, dan senantiasa menjunjung prinsip keunggulan kinerja dan keberlanjutan.

TATA KELOLA PERUSAHAAN

Tata kelola perusahaan yang baik sangat penting bagi operasi jangka panjang kami. Dewan Komisaris bertanggung jawab untuk mengawasi penerapan tata kelola di Perusahaan, serta memberikan saran dan mengawasi tindakan Direksi melalui rapat rutin, pelaporan, dan diskusi.

Dalam menjalankan tugasnya, Dewan Komisaris dibantu oleh tiga komite di bawah Dewan Komisaris: Komite Audit, Komite Remunerasi, dan Komite *Capital Expenditure, Financing, and Management Process (CFMP)*. Komite ini sangat membantu tugas-tugas Dewan Komisaris dan dengan cermat menelaah aspek tata kelola perusahaan, dan dengan demikian memastikan bahwa semua kegiatan usaha telah berjalan secara bertanggung jawab dan berkelanjutan.

Sebagai hasilnya, saya dengan bangga melaporkan bahwa laporan keuangan Telkomsel untuk tahun 2020 sekali lagi mendapatkan opini audit wajar tanpa pengecualian dari auditor.

PERUBAHAN KOMPOSISI DEWAN KOMISARIS

Komposisi Dewan Komisaris mengalami beberapa perubahan selama periode pelaporan ini. Pada Juni 2020, Harry M. Zen diberhentikan dengan hormat dari Dewan Komisaris, dan sebagai penggantinya diangkat

Heri Supriadi. Pada November 2020, Heri Supriadi diberhentikan dengan hormat, dan digantikan oleh Sutrisno Saidi Tatetdagat. Pada Februari 2021, Ririe Adriansyah diberhentikan dengan hormat sebagai Komisaris Utama, dan saya diangkat sebagai penggantinya, sementara Sutrisno Saidi Tatetdagat juga diberhentikan dengan hormat dan Heri Supriadi diangkat kembali.

APRESIASI

Dengan ini saya mengucapkan terima kasih kepada semua pemangku kepentingan, Direksi, dan karyawan, untuk dukungan dan kolaborasi dalam waktu yang kritis ini. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada pelanggan kami yang berharga dan mitra terkemuka untuk kesetiaan, kepercayaan, dan dukungan mereka. Di tahun-tahun mendatang, Telkomsel berkomitmen untuk melayani Indonesia melalui penawaran digitalnya, membantu meningkatkan kesiapan dan kemahiran talenta digital bangsa ini, dalam upaya kita mencapai kemakmuran.

Hormat kami,



Wishnutama Kusubandio
Komisaris Utama

Dewan Komisaris



Paul Dominic O'Sullivan
Komisaris

Nanang Pamuji Mugasejati
Komisaris

Heri Supriadi
Komisaris



Wishnutama Kusubandio
Komisaris Utama

Yuen Kuan Moon
Komisaris

Yose Rizal
Komisaris

Profil Dewan Komisaris



Wishnutama Kusubandio

Komisaris Utama

Wishnutama Kusubandio menjabat sebagai Komisaris Utama Telkomsel sejak Februari 2021. Sebelumnya beliau menjabat sebagai Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia (2019-2020).

Selama karirnya, Wishnutama telah memegang berbagai peran strategis, utamanya di bidang media, digital dan industri kreatif. Beliau menjabat sebagai Direktur Utama Trans 7, Direktur Utama Trans TV, Direktur Detik.com, Direktur Utama NET TV, Komisaris Kumparan, dan Komisaris Tokopedia. Pada tahun 2018 diangkat sebagai Direktur Kreatif Upacara Pembukaan dan Penutupan Asian Games.

Lulus dari Mount Ida College Massachusetts di bidang Komunikasi, Wishnutama juga mengikuti The Military College of Vermont, Norwich University, dan Emerson College, mempelajari produksi televisi. Beliau juga aktif mengikuti berbagai program eksekutif termasuk GE Management Development Institute, Crotonville, New York, serta Harvard Business School, Boston, Massachusetts.

Prestasinya di dunia industri telah diakui melalui berbagai penghargaan bergengsi, dinobatkan sebagai Orang Berpengaruh Indonesia dalam Penghargaan Industri Kreatif IdeaFest 2017, Best Digital Talent - Pemimpin Bisnis Digital Bubu Awards Indosat Ooredoo IDByte 2017, The Best Chief Strategy Execution Officer Across All Industries pada The Annual Strategy-Into-Performance Execution Excellence (SPEX2) Awards 2016 dari Tempo Media Group, 500 CEO Paling Berpengaruh di Dunia menurut Richtopia UK 2015, Marketeer of the Year, Indonesia Marketing Champion 2015 dalam kategori Broadcast, TV, Media, serta The Best CEO dari Majalah SWA di 2010.

Yuen Kuan Moon

Komisaris

Yuen Kuan Moon telah menjadi anggota Dewan Komisaris sejak September 2009. Beliau merangkap Chief Executive Officer Grup Singtel (2021-sekarang).

Sejak bergabung dengan Singtel pada 1993, Moon telah menjabat sejumlah posisi puncak, termasuk Vice President of Regional Operations, Executive Vice President of Digital Consumer, Chief Executive Officer Consumer (2012-2020), serta Group Chief Digital Officer (2018-2020).

Pada tahun 2003 beliau ditempatkan di Telkomsel sebagai General Manager Product Development dan ditunjuk sebagai Direktur Commerce (2005-2007).

Beliau adalah anggota dewan GSMA, Singapore Institute of Management Group Limited, dan SkillsFuture Singapore. Beliau juga merupakan anggota Advisory Council Lifelong Learning Endowment Fund dan Digital Readiness Council di Kementerian Komunikasi dan Informasi Singapura.

Beliau adalah lulusan teknik dengan gelar kehormatan *First-Class* dari University of Western Australia dan memegang gelar MSc di bidang Manajemen dari Stanford University, AS.



Yose Rizal

Komisaris

Yose Rizal menjabat sebagai Komisaris Telkomsel sejak Mei 2017. Saat ini menjabat sebagai Ketua dan Pendiri MediaWave Group – perusahaan digital dan *big data*, Pendiri PoliticaWave – pemantau media sosial politik dan analitik, dan dosen luar biasa serta mentor bisnis untuk program *Master of Business Administration* di Sekolah Bisnis dan Manajemen – Institut Teknologi Bandung. Beliau juga pernah menjadi Head of Digital and Big Data pada Perhimpunan Survei Opini Publik Indonesia (Persepi) sejak 2019.

Sebelumnya, beliau menjabat sebagai Direktur Bisnis Snoop Mobile Media (2008-2010), Direktur Azka Megah Dirgantara (2003-2008), dan Direktur Bandung Information Technology (2000-2004). Beliau juga merupakan Kepala Riset dan Pengukuran di Asosiasi Digital Indonesia (2014-2020), Ketua Departemen Data Bisnis di Kamar Dagang Jawa Barat (2009-2013), Ketua Kompartemen Industri Kreatif di BPP Asosiasi Pengusaha Muda Indonesia (2009-2010), dan Sekretaris Umum Pengusaha Muda Indonesia Jawa Barat (2006-2009).

Beliau memegang gelar sarjana dalam bidang Tata Kota & Wilayah dari Institut Teknologi Bandung pada tahun 2003, serta alumnus Lembaga Ketahanan Nasional (Lemhanas RI) pada tahun 2021.

Beliau sering menjadi pembicara di forum publik, forum pimpinan, media dan TV nasional, serta seminar nasional dan internasional.



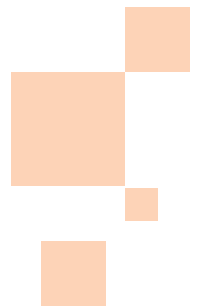
Nanang Pamuji Mugasejati

Komisaris

Nanang Pamuji Mugasejati menjabat sebagai Komisaris Telkomsel sejak November 2019. Pada Oktober 2019, beliau diangkat sebagai Asisten Khusus Menteri Badan Usaha Milik Negara Indonesia untuk pengembangan talenta dan inovasi teknologi, dengan tugas memberikan saran kepada Menteri tentang peningkatan daya saing BUMN untuk pasar global.

Beliau saat ini menjabat sebagai Direktur Center for Digital Society (CFDS) di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, yang mendalami transformasi digital di Indonesia (2015-sekarang). Beliau juga mengajar di Departemen Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta (2008-sekarang). Sebelumnya, beliau menjabat sebagai CEO di Forbil Institute, sebuah organisasi *think tank* terkemuka di Yogyakarta yang mempromosikan kebijakan daya saing global (2018), dan juga sebagai Komisaris di Krakatau Steel (2017-2019).

Beliau memperoleh gelar PhD di bidang Hubungan Internasional tahun 2001 dari Universitas Gadjah Mada, selanjutnya bertugas di Graduate School of International Development (GSID) di Nagoya University, Nagoya. Bidang keahliannya adalah daya saing global di era disrupsi digital.



Paul Dominic O'Sullivan

Komisaris

Paul Dominic O'Sullivan menjadi Komisaris Telkomsel sejak Januari 2010. Beliau juga menjabat sebagai Chairman di Optus sejak Oktober 2014.

Saat ini, beliau adalah Chairman pada Australian and New Zealand (ANZ) Banking Group Limited dan Western Sydney Airport Company. Beliau juga anggota Direksi di Coca-Cola Amatil Limited, Australian Tower Network Pty Ltd, dan St Vincent's Health Australia (SVHA).

Beliau sebelumnya memegang peran strategis di Singtel Group dan Optus. Beliau adalah Chief Executive Officer dari Singtel Group Consumer (2012-2014) dan Chief Executive Officer Optus, Australia (2004-2012).

Beliau memegang gelar BA (Mod) di bidang Ekonomi dari Trinity College, University of Dublin, dan merupakan lulusan *Advanced Management Program* dari Harvard University, AS.



Heri Supriadi

Komisaris

Heri Supriadi bergabung kembali sebagai anggota Dewan Komisaris Telkomsel pada Februari 2021. Saat ini, beliau juga menjabat sebagai Chief Financial Officer di PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (2020-sekarang) dan Komisaris Utama PT Graha Sarana Duta (2020-sekarang).

Beliau sebelumnya memegang beberapa peran strategis, seperti Komisaris Utama PT Fintek Karya Nusantara (LinkAja) (2019-2020), Direktur Keuangan Telkomsel (2012-2020), Komisaris PT Telkomsel Mitra Inovasi (2019-2020), Direktur Utama PT Graha Sarana Duta (2010-2012), Komisaris PT Multimedia Nusantara (Metra) (2008-2011), dan Vice President of Subsidiary Performance di Telkom Indonesia (Persero) Tbk (2007-2010).

Beliau memegang gelar Sarjana Teknik dari Institut Teknologi Bandung (1991), gelar MBA dari Saint Mary's University, Kanada (1997), juga gelar Doktor di bidang Manajemen Bisnis dari Universitas Padjadjaran, Bandung (2013). Beliau telah mengikuti beberapa program eksekutif di Harvard Business School, Kellogg School of Management, Euro Money, dan University of Auckland Business School.



Ririek Adriansyah

Komisaris Utama (menjabat hingga Februari 2021)

Ririek Adriansyah menjabat Komisaris Utama Telkomsel sejak Mei 2019 hingga Februari 2021. Saat ini menjabat sebagai Direktur Utama PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk. Berbagai posisi strategis pernah beliau pegang di PT Telekomunikasi Indonesia (Telkom) dan Grup Telkom sejak tahun 1990, termasuk sebagai Direktur Utama Telkomsel (2015-2019), Direktur Wholesale & International Service Telkom (2013-2014), Direktur Compliance and Risk Management Telkom (2012-2013) dan juga Direktur Utama PT Telekomunikasi Indonesia International (Telin), anak perusahaan Telkom (2011-2012), Direktur Marketing & Sales Telin (2010-2011), Direktur International Carrier & Services Telin (2008-2010) dan Deputy Executive General Manager pada Divisi Infratel Telkom (2004-2008). Beliau mendapatkan gelar di Teknik Elektronika dari Institut Teknologi Bandung (ITB) pada tahun 1989.



Sutrisno Saidi Tatetdagat

Komisaris (menjabat hingga Februari 2021)

Sutrisno Saidi Tatetdagat menjabat anggota Dewan Komisaris Telkomsel dari November 2020 hingga Februari 2021. Sebelum bergabung dengan Telkomsel, beliau telah memegang beberapa posisi kepemimpinan eksekutif selama lebih dari satu dekade.

Beliau memulai perjalanan karirnya 30 tahun silam. Beliau bergabung dengan PT TIMAH Tbk, sebagai Management Trainee dan meniti kariernya hingga menjadi salah satu pemimpin senior. Beliau juga merupakan anggota Direksi beberapa anak perusahaan PT TIMAH Tbk, serta sebagai Direktur Utama PT Timah Investasi Mineral dan PT Truba Bara Banyu Enim. Selanjutnya pada tahun 2017 beliau diangkat sebagai Direktur Pengembangan Bisnis PT ANTAM Tbk, yang dijabatnya selama lebih dari dua tahun.

Beliau meraih gelar sarjana di bidang Teknik Pertambangan dari Universitas Sriwijaya pada tahun 1989. Setelah itu, pada 2001, beliau meraih gelar magister dari Sekolah Bisnis IPMI, dan menyelesaikan program pendidikan eksekutif di Harvard Business School pada tahun 2018.



Harry M. Zen

Komisaris (menjabat hingga Juni 2020)

Harry M. Zen menjabat sebagai anggota Dewan Komisaris Telkomsel sejak Agustus 2016 hingga Juni 2020. Beliau menjabat sebagai Chief Financial Officer PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk sejak April 2016. Saat ini beliau juga menjabat sebagai Komisaris Utama PT Graha Sarana Duta sejak 2016. Sebelumnya menjabat berbagai posisi strategis termasuk sebagai Direktur Utama PT Credit Suisse Securities Indonesia (2008-2015), Direktur Barclays Capital (2007-2008), Co-Head Investment Banking PT Bahana Securities (2001-2007) dan Assistant Vice President Citibank - Corporate Banking. Beliau dinobatkan sebagai CFO Terbaik dalam bidang Kepatuhan & Tata Kelola pada CFO BUMN Award 2019, Asia's Best CFO selama dua tahun berturut-turut di Asian Excellence Award ke-9 dan ke-8 pada 2019 dan 2018, dan Best CFO 2018 oleh Finance Asia. Beliau meraih gelar Sarjana Teknik Metalurgi dari Universitas Indonesia dan MBA di bidang *Corporate Finance and Financial Institutions & Market* dari State University of New York, Buffalo, AS.



Laporan Direktur Utama

Pemegang Saham dan Pemangku Kepentingan yang Terhormat,

Industri telekomunikasi Indonesia pada tahun 2020 mengalami tahun penuh gejolak yang menghadirkan begitu banyak peluang dan juga tantangan. Di satu sisi, pandemi Covid-19 telah menempatkan industri telekomunikasi di pusat kehidupan, dengan memungkinkan kegiatan usaha dan masyarakat tetap berjalan melalui konektivitas yang disediakan. Karena berbagai kebijakan pembatasan sosial yang diberlakukan oleh banyak negara di seluruh dunia, masyarakat semakin bertumpu pada teknologi telekomunikasi untuk aktivitas sehari-hari yang terdampak pembatasan sosial, terutama bekerja, belajar, dan berbelanja dari rumah.

Di sisi lain, pandemi telah memberikan beban berat pada ekonomi dunia dan nasional, berujung pada pertumbuhan PDB yang negatif dan secara resmi menyebabkan Indonesia masuk ke dalam resesi pertamanya sejak krisis keuangan Asia tahun 1998. Anjloknya perekonomian secara langsung memengaruhi industri telekomunikasi, karena daya beli terus menyusut sementara ekonomi sedang berjuang untuk pulih, memperburuk persaingan yang sudah sangat ketat di industri.

PERKEMBANGAN STRATEGIS

Menyikapi dinamika pasar yang terjadi saat ini, Telkomsel menerapkan beberapa tindakan taktis, yang utama adalah menawarkan beragam paket yang terjangkau dan bermanfaat untuk mendukung pelanggan kami dalam melakukan beragam aktivitas penting selama pandemi, seperti bekerja dari rumah (WFH) dan belajar dari rumah (LFH). Sementara itu, secara internal, kami menerapkan protokol kesehatan yang ketat mengikuti kebijakan pembatasan sosial dari pemerintah untuk mencegah penyebaran pandemi. Langkah ini bertujuan untuk meminimalkan jumlah kasus Covid-19 di antara karyawan kami dan memastikan bahwa mereka dilengkapi secara memadai agar tetap dapat mencatatkan kinerja yang luar biasa selama pandemi.

Manajemen telah memimpin aktivasi *Business Continuity Plan* (BCP) tidak hanya untuk mengatasi kendala yang muncul terkait dengan pandemi, tetapi juga menyediakan sarana bagi karyawan kami untuk berkontribusi pada pengentasan dampak sosial pandemi melalui program-program CSR kami, sebagai dukungan bagi inisiatif-inisiatif yang dilakukan oleh pemerintah. Kami telah menyumbangkan alat pelindung diri, ventilator, bantuan keuangan, dan paket data khusus bagi pelajar, sehingga memperluas jangkauan pasar kami di antara populasi anak muda.

Selain pandemi, kami melihat fenomena yang menantang di beberapa tahun terakhir berupa pergeseran perilaku pelanggan di era digital ini. Dengan bisnis *legacy* kami



PAYLOAD PER PENGGUNA DATA

43,7%



ARPU DATA

8,8%



PAYLOAD

43,8%



Setyanto Hantoro
Direktur Utama

Selain pandemi, kami melihat fenomena yang menantang di beberapa tahun terakhir berupa pergeseran perilaku pelanggan di era digital ini.

yang terus menurun, kami merasa sangat perlu untuk melakukan transisi dari bisnis *legacy* ke bisnis Data. Kami bersyukur telah berhasil mengatasi tantangan ini dengan secara konsisten mengembangkan ekosistem digital kami dan menciptakan inisiatif-inisiatif strategis yang akan memacu pertumbuhan layanan dan produk digital kami.

Dan demi mempertajam keunggulan kompetitif kami lebih jauh lagi di tengah persaingan yang demikian ketat, kami bertekad untuk mempertahankan dan memperluas inti operasi kami di luar pulau Jawa, menjangkau wilayah-wilayah terpencil di nusantara, dengan memanfaatkan kombinasi antara kapabilitas yang kuat dan inisiatif strategis kami. Dengan kebutuhan pelanggan yang berkembang pesat dan transformasi yang terjadi di masyarakat, pada ulang tahun ke-25 ini, kami di Telkomsel bertekad menyediakan lebih dari sekadar konektivitas, tetapi berfokus pada peningkatan dan pengembangan layanan serta platform digital kami, didukung oleh kualitas jaringan yang superior. Untuk itu, dengan bangga kami laporkan bahwa Telkomsel telah secara signifikan meningkatkan bisnis hiburan digital yang terdiri dari konten video, musik, dan *game*. Kami telah meningkatkan posisi MAXstream di industri *video streaming* melalui kemitraan dengan HBO Go dan Disney+.

Selanjutnya, beradaptasi dengan berkembangnya kebutuhan dan gaya hidup segmen anak muda, pada tahun 2020 kami meningkatkan fitur *by.U*, produk prabayar digital yang menawarkan layanan terintegrasi berbasis aplikasi digital yang sepenuhnya dapat dipersonalisasi. Terakhir, dengan memanfaatkan kapasitas jaringan kami yang kuat, kami sedang mengembangkan Telkomsel Orbit, layanan internet nirkabel rumah dengan memanfaatkan jaringan eksklusif 4G Telkomsel untuk menjaga koneksi yang stabil dan cepat.

HASIL FINANSIAL & OPERASIONAL

Terlepas dari tantangan kompleks akibat pandemi Covid-19, kami berhasil mempertahankan pertumbuhan Pendapatan, EBITDA, dan Laba Bersih yang telah dibangun selama bertahun-tahun, didukung oleh inisiatif transformasi kami di Bisnis Digital serta berbagai langkah efisiensi biaya untuk merampingkan biaya operasional kami.

Pada tahun 2020, Telkomsel mencatatkan Pendapatan Total sebesar Rp87,1 triliun, EBITDA sebesar Rp51,1 triliun, dan Laba Bersih sebesar Rp25,1 triliun. Sebagai mesin pertumbuhan, Bisnis Digital menjalani beberapa kali inisiatif transformasi utama, menyebabkan pertumbuhan Pendapatan sebesar 7,0% YoY dan berkontribusi terhadap 72% Pendapatan Total, meningkat dari 64% pada 2019. Pertumbuhan ini didukung dengan pertumbuhan Pendapatan Data sebesar 8,3% YoY.

Secara kuartalan, Telkomsel berhasil mencatatkan tren pertumbuhan positif pada Q4, setelah mengalami periode yang penuh gejolak pada kuartal-kuartal sebelumnya. Telkomsel berhasil berbalik mencatatkan hasil positif dengan Pendapatan yang tumbuh sebesar 4,0% QoQ dan EBITDA yang juga meningkat sebesar 4,4% QoQ, serta kenaikan Laba Bersih sebesar 32,8% QoQ. Tak kalah penting adalah perjanjian jual beli menara telekomunikasi yang sebelumnya dimiliki oleh Telkomsel telah ditransfer ke Mitratel.

Pencapaian lainnya yang patut menjadi catatan, di tahun 2020 *Payload* kami tumbuh sebesar 43,8% YoY, sementara *Payload* per Pengguna Data meningkat sebesar 43,7%, dan ARPU untuk Data tumbuh 8,8%. Pertumbuhan yang lebih besar dalam lalu lintas dan konsumsi Data serta ARPU Data menunjukkan bahwa pelanggan dan pengguna kami menjadi lebih produktif dan keterlibatannya semakin meningkat. Hal ini menunjukkan potensi pertumbuhan yang masih besar di masa depan untuk mendukung peningkatan Pendapatan Seluler.

Sejalan dengan persaingan pasar yang penuh tantangan pada daerah-daerah di luar pulau Jawa, kami tetap berkomitmen untuk memelihara dan memperkuat kepemimpinan jaringan dan mengembangkan Bisnis Digital kami. Sebagai bentuk komitmen kami, kami telah membangun 27.689 BTS 4G baru pada tahun 2020. Sebagai hasilnya, pada akhir tahun 2020 Telkomsel telah mengoperasikan 231.172 unit *on-air* BTS, meningkat 8,9% YoY, 78% di antaranya adalah BTS 3G/4G.

MASA DEPAN KAMI SEBAGAI PERUSAHAAN TELCO DIGITAL

Sebagai perusahaan telekomunikasi digital terdepan di Indonesia, Telkomsel sedang berupaya untuk menjajaki segala bentuk kemungkinan dan peluang. Berbekal inovasi dalam DNA kami, dan reputasi kami sebagai perusahaan pertama yang mengantarkan 5G ke Indonesia, kami secara aktif mengamati area di luar telekomunikasi untuk dikembangkan sebagai bagian portofolio bisnis strategis kami. Area yang saat ini sedang kami jajaki termasuk *smart farming*, *remote healthcare*, *smart mining*, dan *remote factory*.

Dipercepat oleh pandemi Covid-19, kebutuhan untuk mengadopsi teknologi jarak jauh akan menjadi peluang utama untuk mengembangkan basis pendapatan kami selain konektivitas. Sadar akan pesatnya pergeseran perilaku pelanggan dan gaya hidup, Telkomsel terus berkembang dan memperkaya portofolio *Digital Service*, untuk membangun fundamental yang kuat dan melengkapi bisnis konektivitas.

Investasi strategis kami di Gojek di tahun 2020 merupakan contoh yang nyata mengenai upaya kami membangun ekosistem digital inklusif dan berkelanjutan yang akan mendorong pertumbuhan kami sebagai perusahaan telekomunikasi digital. Bersamaan dengan itu, transfer menara telekomunikasi akan memberikan kekuatan finansial yang memadai untuk fokus pada bisnis inti dan menghadirkan pengalaman

Pada ulang tahun ke-25 ini, kami di Telkomsel bertekad menyediakan lebih dari sekadar konektivitas, tetapi berfokus pada peningkatan dan pengembangan layanan serta platform digital kami, didukung oleh kualitas jaringan yang superior.

konektivitas digital terbaik kepada pelanggan kami di seluruh negeri yang luas ini, yang dapat diandalkan dan merata. Tidak kalah penting, melalui anak perusahaan, Telkomsel Mitra Inovasi (TMI)—diluncurkan pada tahun 2019—kami memanfaatkan bisnis inti bernilai tinggi kami untuk menciptakan ekosistem digital pelengkap, baik secara organik dan lainnya, dengan tujuan untuk meningkatkan monetisasi mereka di masa depan. TMI akan menjadi sarana untuk mencapai tujuan ini, dengan terlibat dalam kemitraan investasi strategis yang inovatif dalam seluruh bisnis kami.

TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN

Sejalan dengan visi dan misi kami menjadi penyedia layanan dan solusi gaya hidup digital bergerak yang terpercaya dan berkelas dunia, kami telah merancang program dan inisiatif CSR yang memberikan manfaat yang luas dan bermakna bagi masyarakat, dengan mengandalkan kemampuan teknologi kami yang canggih.

Inisiatif CSR Telkomsel difokuskan pada empat bidang utama: *Education, Digital Citizenship, Community Empowerment & Wellbeing*, dan *Philanthropy*. Kami merasa bangga mengetahui bahwa beberapa Program Masterpiece CSR Telkomsel di tahun 2020

telah secara antusias diterima oleh masyarakat. Beberapa di antaranya adalah IndonesiaNEXT, The NextDev, Baktiku Negeriku, serta kampanye #DiRumahTerusMaju. Anda dapat membaca lebih lanjut mengenai program-program tersebut di bagian CSR dalam laporan ini.

PERUBAHAN ATAS KOMPOSISI DIREKSI

Di tahun 2020 dan awal 2021, beberapa perubahan dilakukan pada komposisi Direksi di Telkomsel. Pada Juni 2020, Heri Supriadi, Irfan Ahadi, dan Venusiana Papasi diberhentikan dengan hormat, masing-masing sebagai Direktur Keuangan, Direktur Human Capital Management, dan Direktur Network. Menggantikan mereka adalah Leonardus WW Mihadjo sebagai Direktur Keuangan, Raden Muharam Perbawamukti sebagai Direktur Human Capital Management, dan Hendri Mulya Syam sebagai Direktur Network.

Pada bulan Agustus 2020, Edward Ying Siew Heng diberhentikan dengan hormat posisinya sebagai Direktur Perencanaan & Transformasi. Beliau digantikan oleh Wong Soon Nam.

Terakhir, pada bulan Februari 2021, Ririn Widaryani diberhentikan dengan hormat sebagai Direktur Sales, untuk digantikan oleh Hendri Mulya Syam yang saat itu menjabat sebagai Direktur Network. Menggantikan

posisi Hendri Mulya Syam sebelumnya adalah Nugroho, sebagai Direktur Network.

UCAPAN TERIMA KASIH

Atas nama Direksi, saya ingin mengucapkan terima kasih dan apresiasi yang setinggi-tingginya kepada semua pelanggan yang berharga atas kepercayaan mereka pada Telkomsel. Saya juga menyampaikan terima kasih kami kepada Dewan Komisaris dan regulator atas panduan dan dukungan yang diberikan; kepada mitra bisnis kami atas kerja sama mereka yang bermanfaat; dan semua karyawan atas inovasi dan kerja keras mereka dalam memajukan misi dan visi. Terakhir, saya ingin berterima kasih kepada pemegang saham atas dukungan dan keyakinan pada manajemen. Di tahun-tahun mendatang, kami akan memenuhi komitmen untuk mewujudkan visi dan misi Telkomsel, dan menjadi perusahaan telekomunikasi digital kelas dunia di Indonesia.

Hormat kami,



Setyanto Hantoro
Direktur Utama

Direksi

**Wong
Soon Nam**

Direktur
Perencanaan dan
Transformasi

Bharat Alva
Direktur TI

Setyanto Hantoro
Direktur Utama

**Leonardus Wahyu
Wasono**
Direktur Keuangan





Nugroho
Direktur Network



**R Muharam
Perbawamukti**
Direktur
Human Capital
Management



**Hendri
Mulya Syam**
Direktur Sales



**Goh Hui Min
(Rachel Goh)**
Direktur Marketing

Profil Direksi



Leonardus Wahyu Wasono

Direktur Keuangan

Leonardus Wahyu Wasono, yang akrab disapa Sonny, menjabat sebagai Direktur Keuangan sejak Juni 2020. Sebelumnya, beliau adalah Chief Finance & Business Partner Officer PT Telekomunikasi Indonesia International (Telin) (2016-2020). Selama bekerja di Telin, Sonny telah menjabat berbagai peran strategis, termasuk Non-Executive Director di Telekomunikasi Indonesia International Pte. Ltd. (Telin Singapore) (2016-2020), Chairman di Telekomunikasi Indonesia International Australia Pty. Ltd. (Telin Australia) (2018-2019), Non-Executive Director di Telekomunikasi Indonesia International Malaysia (Telin Malaysia) (2017-2018), Chairman di Telekomunikasi Indonesia Internasional Timor Leste (Telkomcel) (2017-2018), dan Komisaris Telkom Infra (2015-2017).

Sebelum bergabung dengan Telin, beliau menjabat peran senior di Telkomsel antara lain sebagai Senior Vice President Enterprise Resource Planning (2016) dan Vice President Financial Planning & Analysis (2012-2016). Beliau lulus dengan gelar sarjana Teknik Telekomunikasi dari Sekolah Tinggi Teknologi Telkom, Bandung, gelar Magister di bidang Teknik Telekomunikasi dari Royal Melbourne Institute of Technology (RMIT), Australia, dan gelar Doktor di bidang Strategi dan Pertumbuhan dari Universitas Bina Nusantara. Beliau merupakan pemegang gelar Certified Management Accounting (CMA) dari ICMA Australia dan ACMA, serta Chartered Global Management Accountant (CGMA) dari CIMA Global UK. Beliau pernah mengikuti kursus eksekutif singkat bidang *Advance Corporate Finance* dari London Business School, London, Inggris (2017) dan *Strategic Financial Analysis and Evaluation* dari Harvard Business School, Boston, AS (2015).

Beliau dianugerahi gelar Best CFO on Financial Planning and Analysis dari CMO Asia dan Indra Group of Institution Singapore (2019), Asia's CFO on Investor Relation dari Asian Governance Hongkong (2019), CFO of the Year 2019 dari Certified Management Accounting Australia berkolaborasi dengan IPMI dan Universitas Indonesia, serta Best CFO 2019 dari Majalah SWA.

Setyanto Hantoro

Direktur Utama

Setyanto Hantoro menjabat sebagai Direktur Utama Telkomsel sejak Januari 2020. Beliau bertanggung jawab atas manajemen Perusahaan secara keseluruhan. Beliau merangkap Komisaris di PT Dayamitra Telekomunikasi (Mitratel) (2019-sekarang) dan Jalin Pembayaran Nusantara (JALIN) (2017-sekarang). Sebelumnya menjabat sebagai Direktur Utama PT Multimedia Nusantara (METRA) tahun 2019. Sebelum menjabat di METRA, beliau memegang sejumlah posisi kepemimpinan strategis senior di Telkom sejak 2012, termasuk EVP Strategic Investment (2016-2019), VP Strategic Investment Execution (2016), VP Strategic Business Development (2012-2016), VP Business Portfolio and Financial Planning (2010-2012), dan AVP Business Financial Analysis (2009-2010). Beliau lulus dari Sekolah Tinggi Teknologi Telkom pada tahun 1995, dilanjutkan dengan program Magister Manajemen di bidang Keuangan dari Sekolah Tinggi Management Bandung di tahun 2003, di mana beliau dinobatkan sebagai lulusan terbaik. Beliau juga telah mengikuti berbagai kursus pelatihan di dalam dan luar negeri, termasuk di London Business School, INSEAD, dan Kellogg School of Management, AS. Beliau saat ini aktif di Pengurus Yayasan Pendidikan Jendral Soedirman (2012-sekarang) dan Ketua Dewan Yayasan Senyum Ananda (2010-sekarang).





Goh Hui Min (Rachel Goh)

Direktur Marketing

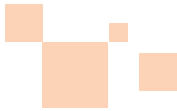
Rachel Goh menjabat sebagai Direktur Marketing sejak Juli 2019. Beliau berpengalaman lebih dari 20 tahun di industri telekomunikasi dan teknologi. Beliau dikenal karena semangatnya untuk menciptakan norma-norma baru, dan telah memimpin sejumlah tim di Telkomsel, termasuk Core Product, Gaming & E-Sports, Digital Video, MyTsel App, Pricing, Advanced Analytics, Customer Journey, dan Brand & Marcoms untuk menciptakan lebih banyak lagi pengalaman seru bagi masyarakat Indonesia. Beliau senantiasa berupaya menjalin kemitraan strategis dengan perusahaan penyedia ekosistem layanan Digital, Konten, Media, Perangkat, Aplikasi, TI, dan Teknologi untuk bersama-sama menciptakan berbagai proposisi baru bagi pelanggan. Di bawah kepemimpinannya, tim Marketing juga bekerja sama secara erat dengan tim Sales untuk menjalankan pendekatan *go-to-market* yang lebih efektif dan menyuntikkan energi ke pasar melalui kampanye *brand* dan media sosial yang non-konvensional. Sebelum bergabung dengan Telkomsel, beliau menjabat sebagai Chief Marketing Officer di Niometrics (2017-2019), Executive Director of Marketing di Ooredoo Myanmar (2015), Senior Director, International Group Singtel (2013-2014), Chief Marketing Officer & EVP Marketing dan VP Product Lifecycle Management Telkomsel (2008-2012), serta Marketing & Strategic Planning Group Singtel (2000-2008). Beliau bergelar Master of Science di bidang *Telecommunications* dan *Bachelor of Arts* di bidang *Marketing & Mass Communications* dari Australia.

R Muharam Perbawamukti

Direktur Human Capital Management

R. Muharam Perbawamukti, biasa disapa Endi, menjabat sebagai Direktur Human Capital Management sejak Juni 2020. Sebelumnya beliau menjabat Senior Vice President Corporate Secretary di Telkomsel (2017-2020). Muharam berpengalaman memimpin di beberapa posisi strategis di Telkomsel, antara lain sebagai Vice President Corporate Counsel (2014-2017), Vice President Regulatory Management (2012-2014), dan Vice President Interconnect & Regulatory Affair (2011-2012). Beliau lulus dengan gelar sarjana dari Universitas Padjajaran, Bandung. Di tahun 2019, beliau menerima medali Satya Lencana Pembangunan dari Pemerintah Republik Indonesia.





Wong Soon Nam

Direktur Perencanaan dan Transformasi

Wong Soon Nam menjabat sebagai Direktur Perencanaan dan Transformasi sejak Agustus 2020. Beliau memiliki banyak pengalaman kepemimpinan di industri telekomunikasi dan teknologi selama lebih dari 20 tahun. Sepanjang kariernya, beliau telah menduduki sejumlah posisi senior, seperti Vice President of Consumer Products di SingTel (2015-2020), Vice President of Smart and Safe City NCS Group (2012-2015), Vice President of Communication Engineering NCS Group (2009-2012), Vice President of Consumer Marketing di SingTel (2007-2009), Vice President of Corporate Business Marketing di SingTel (2005-2007), dan Vice President of Account Management di SingTel (2003-2005). Beliau juga memegang beberapa posisi penting di berbagai organisasi dan institusi, seperti Anggota Dewan di Bridge Alliance (2016-2020) dan VA Dynamics Malaysia (2014-sekarang), Chairman di Kai Square (2014-2015), dan Anggota Dewan Singapore Infocomm Technology Federation (2005-2008). Beliau adalah Lulusan Nanyang Technological University dan memiliki gelar MSc dari National University of Singapore.

Bharat Alva

Direktur TI

Bharat Alva menjabat sebagai Direktur Teknologi Informasi sejak Mei 2019, dan aktif memimpin proses Transformasi Digital Telkomsel selain juga bertanggung jawab atas semua aspek terkait Teknologi Informasi (TI). Sebagai Direktur TI di Telkomsel, visinya adalah untuk meningkatkan teknologi untuk berperan sebagai penunjang kemitraan bisnis. Beliau berpengalaman lebih dari 30 tahun bekerja di perusahaan global terkemuka di bidang solusi teknologi/penyedia layanan TIK di Australia, Hong Kong, Thailand, India, dan Amerika Serikat. Dalam berbagai peran kepemimpinan seniornya, beliau berfokus pada strategi, inovasi, transformasi, dan menghasilkan pertumbuhan bisnis. Banyak produk dan layanan yang dikembangkan di bawah kepemimpinannya telah diakui dengan penghargaan industri untuk inovasi dan solusi seluler. Sebelumnya, beliau menjabat CIO di Optus, bertanggung jawab atas semua layanan TI di Australia. Beliau memegang berbagai peran regional senior dalam Singtel Group, termasuk VP for Online and Enterprise Technologies, Head of Wireless Services, dan GM Advertising and Finance. Beliau bertanggung jawab memimpin program transformasi strategis di bidang Digitalisasi, Sistem Pendukung Bisnis, *Business Intelligence*, Analitik, Otomasi, dan *Value-Added Services*. Beliau memegang *Engineering Degree* di bidang *Computer Technology* dari Pune University dan pernah mengikuti berbagai program manajemen eksekutif global.





Nugroho

Direktur Network

Nugroho menjabat Direktur Network sejak Februari 2021. Sebelumnya beliau menjabat sebagai Senior Vice President Business IT Delivery Telkomsel.

Beliau telah menjabat berbagai peran strategis di Telkomsel, termasuk Vice President IT Delivery (2019-2021), Vice President IT Customer Care and Charging Group (2017-2019), dan Vice President IT Customer Care and Billing Solution and Management Group (2014-2017).

Beliau memegang gelar Sarjana Teknik Elektro dari Institut Teknologi Bandung dan gelar dalam bidang *Information System Development* dari *University of Hertfordshire*.

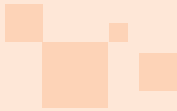


Hendri Mulya Syam

Direktur Sales

Hendri Mulya Syam menjabat Direktur Sales sejak Februari 2021. Sebelum pengangkatannya, beliau menjabat sebagai Direktur Network sejak Juni 2020. Sebelum menjadi Direktur Network, beliau merupakan Chief Sales & Distribution Officer di Indosat Ooredoo (2018-2020). Sebelum bergabung dengan Indosat Ooredoo, beliau memulai karir profesionalnya di Telkomsel di tahun 1995. Beliau telah menduduki sejumlah posisi strategis, termasuk Senior Vice President Program Management Office dan Executive Vice President Sales Area. Beliau memiliki pengalaman kepemimpinan yang luas di industri telekomunikasi, khususnya di bidang Strategi Jaringan, Layanan jaringan dan Kualitas Manajemen, Perencanaan Perusahaan, Produk dan Data Seluler, Pemasaran, Layanan Pelanggan, serta Operasi TI. Beliau bergelar Sarjana Teknik Telekomunikasi Elektro dari Institut Teknologi Indonesia (ITI).





Ririn Widaryani

Direktur Sales (menjabat hingga Februari 2021)

Ririn Widaryani menjabat Direktur Sales sejak Mei 2019 hingga Februari 2021. Beliau memiliki banyak pengalaman dalam penjualan dan pemasaran konsumen di industri telekomunikasi. Sebelumnya menjabat Executive Vice President Area Jabotabek-Jabar (2017-2019), Executive Vice President Area Jawa Bali (2016-2017), Senior Vice President Consumer Marketing (2016), VP Prepaid & Broadband Marketing (2013-2016), VP Strategic Marketing Group (2012) saat Telkomsel menerima penghargaan 'Penyedia Broadband Seluler Terbaik', dan VP Product Marketing Group (2012). Beliau juga menjabat sebagai GM Contact Center & Customer Service Management pada tahun 2018 dan GM untuk CLM Development, saat Telkomsel memenangkan penghargaan sebagai 'Call Center Terbaik di Asia-Pasifik'. Beliau lulus dari Fakultas Teknik Institut Teknologi Bandung (ITB) pada tahun 1990 dan memulai kariernya di Kantor Pusat Telkom. Di tahun 2019 beliau dinobatkan sebagai Marketeer of the Year 2019 Jabodetabek oleh Markplus, dan pada tahun 2016 menerima medali Satyalancana Pembangunan Postel dari Presiden Republik Indonesia.

Irfan A Tachrir

Direktur Human Capital Management
(menjabat hingga Juni 2020)

Irfan A. Tachrir menjabat sebagai Direktur Human Capital Management sejak Mei 2017 hingga Juni 2020.

Sejak bergabung dengan Telkomsel, beliau telah menduduki berbagai posisi strategis, antara lain Senior Vice President Corporate Secretary (2014-2015), Vice President Corporate Counsel (2012-2014), Head of Wholesale Management Group (2012), Vice President International Roaming (2009-2012) dan VP Synergy & Partnership (2008-2009).

Beliau bergelar Sarjana Ekonomi dan Hukum Pembangunan dari Universitas Padjadjaran, dan telah mengikuti berbagai program pendidikan eksekutif, seperti Management Program di Singapore Management University (SMU), dan *Leadership Course* di University of California, Berkeley, AS. Beliau memenangkan penghargaan *Corporate Secretary Terbaik Indonesia* tahun 2015 dari Majalah SWA, medali Satyalancana Wira Karya pada tahun 2016, dan *Excellence in Performance dalam 16th Annual Selular Award 2019*.





FM Venusiana R

Direktur Network (menjabat hingga Juni 2020)

Venusiana R. menjabat sebagai Direktur Network dari Januari 2020 hingga Juni 2020. Beliau memiliki lebih dari 25 tahun pengalaman di industri telekomunikasi. Beliau memiliki keahlian di industri telekomunikasi, terutama Jaringan Berskala Besar, Pemasaran, Penjualan, dan Pengadaan. Beliau juga menjabat Komisararis di Telkom infra (2017-sekarang).

Sebagai Direktur Network di Telkomsel, beliau bertanggung jawab untuk menentukan strategi jaringan Telkomsel secara keseluruhan dan memimpin transformasi jaringan untuk menerapkan konektivitas jaringan digital yang unggul, yang berfokus secara signifikan pada Prime Zones, B2B, dan Solusi Digital.

Sebelumnya beliau menjabat di sejumlah posisi senior, termasuk Senior Vice President Procurement (2017-2019) di mana beliau memimpin transformasi di pengadaan dengan mengadopsi praktik terbaik dan memanfaatkan sinergi di seluruh grup, Senior Vice President Consumer Marketing (2016-2017), Executive Vice President Area Jabotabek-Jabar (2013-2016), Vice President Area Jabotabek-Jabar (2010-2013), Vice President Customer Lifecycle Management (2010), Vice President Radio Access Engineering Java-Bali di Telkomsel (2008-2010), dan VP Network Operation (2005-2008).

Beliau memperoleh gelar Teknik Elektro dari Universitas Diponegoro (UNDIP) dan Magister Manajemen dari Universitas Hasanuddin (UNHAS). Beliau menerima penghargaan Satyalancana Pembangunan dari Presiden Republik Indonesia pada tahun 2015 atas keberhasilannya menerapkan program infrastruktur BTS di seluruh Indonesia termasuk IKK (Ibu Kota Kecamatan).

Edward Ying Siew Heng

Direktur Perencanaan dan Transformasi (menjabat hingga Agustus 2020)

Edward Ying Siew Heng menjabat sebagai Direktur Perencanaan dan Transformasi dari Mei 2012 hingga Agustus 2020. Beliau bertanggung jawab untuk memimpin bisnis *Digital Services* serta mengembangkan Strategi dan Transformasi Perusahaan.

Sebelumnya beliau menjabat sebagai Direktur *Commerce* Telkomsel sejak November 2011. Beliau memiliki pengalaman kepemimpinan yang luas di industri telekomunikasi, khususnya di bisnis telepon, hiburan dan konten, di banyak negara. Dari tahun 2008 hingga 2011, ia menjabat sebagai Chief Multimedia Group Singtel, di mana ia berhasil memimpin perusahaan tersebut menjadi pemimpin dalam konten lokal, lanskap media, dan bisnis TV berbayar. Beliau juga menjabat sebagai COO di Maxis Communications, operator seluler terbesar di Malaysia (2003-2008), dengan tanggung jawab utama mengembangkan bisnis konten multimedia, pemasaran, *channel management*, layanan pelanggan, dan operasi jaringan. Beliau menjabat Chief Operating Advisor dan Anggota Dewan Globe Telecom di Filipina dari tahun 1996 hingga 2003. Beliau juga pernah menjabat sebagai Chairman Metraplaza, perusahaan patungan antara PT Telekomunikasi Indonesia dan eBay (2013-2015). Dari 1995 hingga 1996, ia menjabat sebagai Managing Director di Cambridge Cable Group Pay TV Business di Inggris, anak perusahaan Comcast Corporation (AS).

Beliau lulus di bidang Marketing dari Institute of Marketing, Inggris (1987), gelar *Diploma in Sales and Marketing* dari Marketing Institute of Singapore (1985), dan juga mengikuti *General Management Program* di National University of Singapore pada tahun 1984 dan *International Executive Program* di INSEAD, Fontainebleau, Prancis (1996). Pada tahun 2015, ia menghadiri program eksekutif "*The Corporate Entrepreneur - Driving Innovation and New Ventures (TCE)*" di Stanford Graduate School of Business di California, AS dan pada tahun 2016, *Executive Leadership Program "Leading Business into the Future"* di London Business School, London, Inggris.







Profil Perusahaan

03.

Sekilas Telkomsel

Telkomsel merupakan anak perusahaan PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (kepemilikan 65%) dan Singapore Telecom Mobile Pte Ltd (kepemilikan 35%). Telkomsel merupakan operator telekomunikasi seluler digital terkemuka di Indonesia, dengan jangkauan jaringan terluas di Indonesia. Perkiraan cakupan populasi 2G Telkomsel hampir mencapai 100%, sedangkan cakupan populasi 3G-nya adalah 87%, dan cakupan populasi 4G-nya mencapai 96%, didukung oleh lebih dari 231.000 BTS yang melayani sekitar 170 juta pelanggan yang tersebar di wilayah negara terdalam, pulau-pulau terluar, dan wilayah perbatasan.

Brand andalan Telkomsel untuk pelanggan pascabayar adalah kartuHalo. Untuk pelanggan

prabayar, yang mencapai sekitar 96% dari basis pelanggan Telkomsel, tersedia empat brand yang ditawarkan: *simPATI*, Kartu As, LOOP dan by.U—masing-masing menyasar segmen pasar yang berbeda.

Industri telekomunikasi Indonesia pada tahun 2020 mengalami tahun yang penuh gejolak yang menghadirkan peluang sekaligus tantangan bertubi-tubi. Di satu sisi, pandemi Covid-19 telah menempatkan industri telekomunikasi sebagai pusat kehidupan dengan memberdayakan dunia usaha dan masyarakat melalui konektivitas. Di sisi lain, kondisi ekonomi yang dilanda pandemi secara langsung berdampak pada industri telekomunikasi, memperburuk persaingan yang sudah marak di industri tersebut.

Terlepas dari pandemi tersebut, fenomena yang menantang telah muncul dalam beberapa tahun terakhir, seiring dengan pergeseran perilaku pelanggan di era digital ini. Dengan menyusutnya bisnis *legacy* Telkomsel secara bertahap, timbul dorongan untuk beralih ke bisnis Data. Telkomsel telah berhasil mengatasi tantangan ini dengan konsisten mengembangkan ekosistem digitalnya dan menciptakan inisiatif strategis untuk memacu pertumbuhan layanan dan produk digitalnya.

Telkomsel unggul di tengah iklim yang kompleks dan menantang akibat pandemi Covid-19 ini, dengan mempertahankan Pendapatan, EBITDA, dan Laba Bersih yang telah dibangun selama bertahun-tahun. Pencapaian ini

5.371 karyawan

231.172

BTS beroperasi di seluruh Indonesia

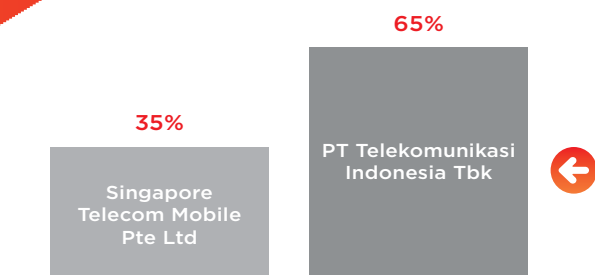
ditopang oleh inisiatif transformasi dalam Bisnis Digital serta berbagai langkah efisiensi biaya untuk merampingkan biaya operasional. Pada tahun 2020, Telkomsel membukukan Pendapatan Total Rp87,1 triliun, EBITDA Rp51,1 triliun, dan Laba Bersih Rp25,1 triliun. Sebagai mesin pertumbuhan, Bisnis Digital telah mengalami beberapa inisiatif transformasi utama, yang menghasilkan pertumbuhan Pendapatan 7,0% YoY dan berkontribusi 72% terhadap Total Pendapatan, meningkat dari 64% pada 2019. Pertumbuhan ini dibarengi dengan pertumbuhan pendapatan dari bisnis Data, sebesar 8,3% YoY.

Dengan pesatnya perkembangan kebutuhan pelanggan dan transformasi yang terjadi di masyarakat, di hari jadinya yang ke-25 Telkomsel bertujuan untuk

lebih dari sekadar menyediakan konektivitas, tetapi berfokus pada peningkatan serta meningkatkan layanan dan solusi digital yang didukung oleh kualitas jaringan yang unggul. Kinerja Telkomsel di tahun 2020 telah memvalidasi dorongan yang kuat dalam meningkatkan penawaran produk dan kapabilitas digital, sehingga akan terus fokus pada kebutuhan pelanggan dan pertumbuhan jangka panjangnya. Keterlibatan pelanggan akan tetap menjadi landasan arahan strategisnya di tahun 2021, dan dengan demikian, Telkomsel akan melangkah lebih jauh, tak hanya melayani kebutuhan konektivitas, sambil terus menjunjung tinggi prinsip kinerja yang unggul dan berkelanjutan di sepanjang prosesnya.

169,5

juta pelanggan



RIWAYAT KEPEMILIKAN SAHAM

1995

Telkomsel didirikan oleh PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (Telkom) dan PT Indosat Tbk (Indosat).

1996

KPN Netherlands (KPN) dan PT Setdco Megacell Asia (Setdco) mengakuisisi 17,3% dan 5% saham di Telkomsel.

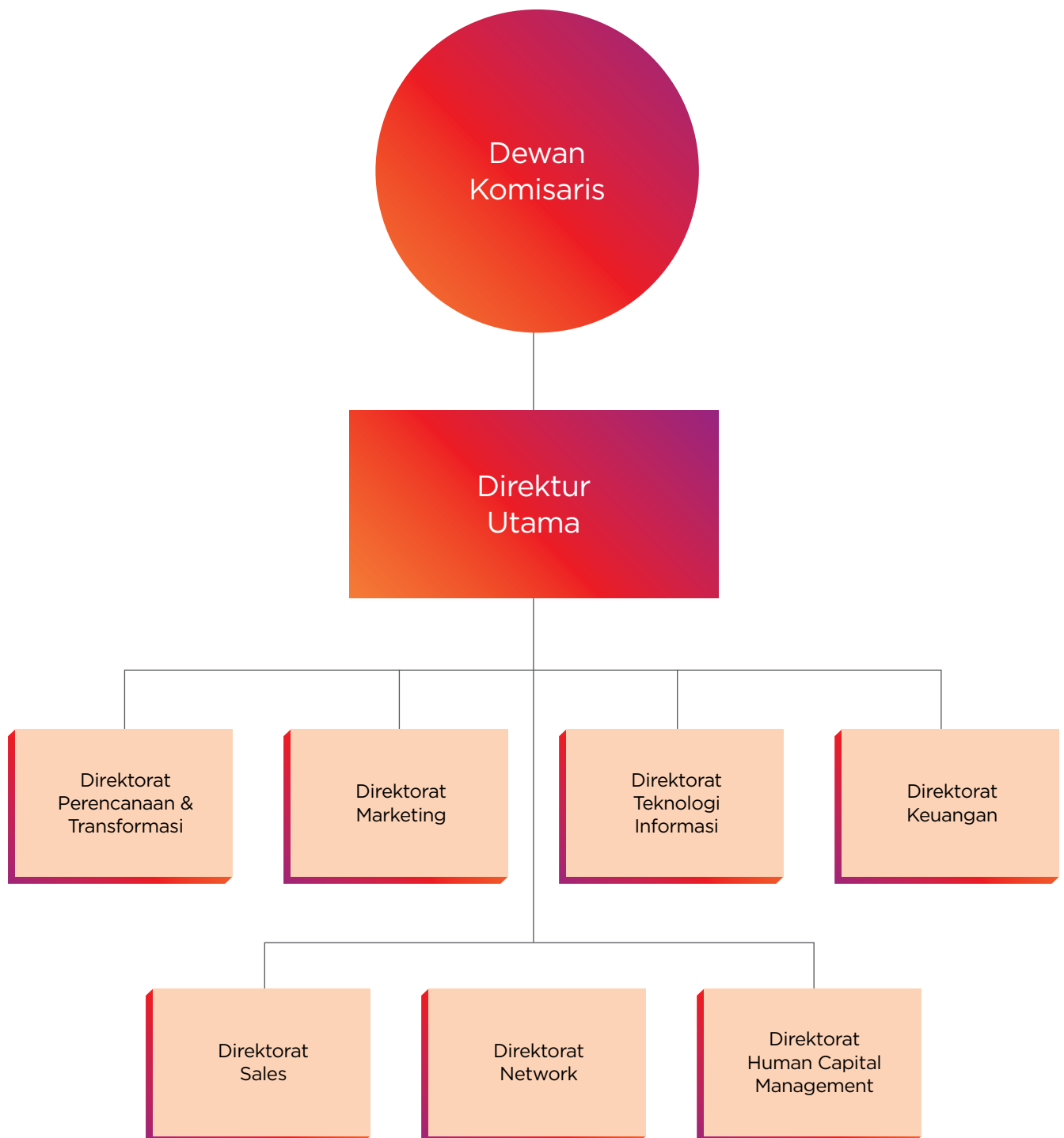
2001

Telkom mengakuisisi saham milik Indosat di Telkomsel, sehingga porsi kepemilikannya meningkat menjadi 77,7%. Saham yang dimiliki KPN dan Setdco diakuisisi oleh Singtel Mobile yang berbasis di Singapura.

2002

Singtel Mobile menambah porsi kepemilikan sahamnya sebesar 12,7%, sehingga total kepemilikan sahamnya di Telkomsel meningkat menjadi 35%, sementara sisanya sebanyak 65% dimiliki oleh Telkom sebagai pemegang saham mayoritas.

Struktur Organisasi



Produk & Layanan Utama



Diposisikan sebagai *brand* kartu pascabayar pilihan bagi para profesional dan pelanggan korporat, kartuHalo menyediakan layanan komunikasi seluler yang komprehensif dengan berbagai keunggulan yang eksklusif. Telkomsel juga telah memperluas sasaran pengguna kartuHalo ke kalangan profesional muda dan memosisikannya sebagai kartu pascabayar yang paling keren dengan nilai tambah terbaik bagi segmen menengah ke atas.



Diposisikan sebagai *brand* kartu prabayar untuk menunjang gaya hidup modern para pelanggan bagi segmen kelas menengah, *simPATI* adalah *brand* prabayar Telkomsel yang telah memenangkan banyak penghargaan. *simPATI* senantiasa menawarkan beragam paket layanan dan promosi yang inovatif dan menarik guna mendorong penggunaan layanan Data seluler.



Diposisikan sebagai *brand* kartu prabayar yang “bernilai tambah dengan harga yang terjangkau”, Kartu As adalah *brand* kartu prabayar Telkomsel yang menyasar pelanggan yang mencari biaya terjangkau (*value*) dengan menawarkan berbagai keunggulan bagi pelanggan.

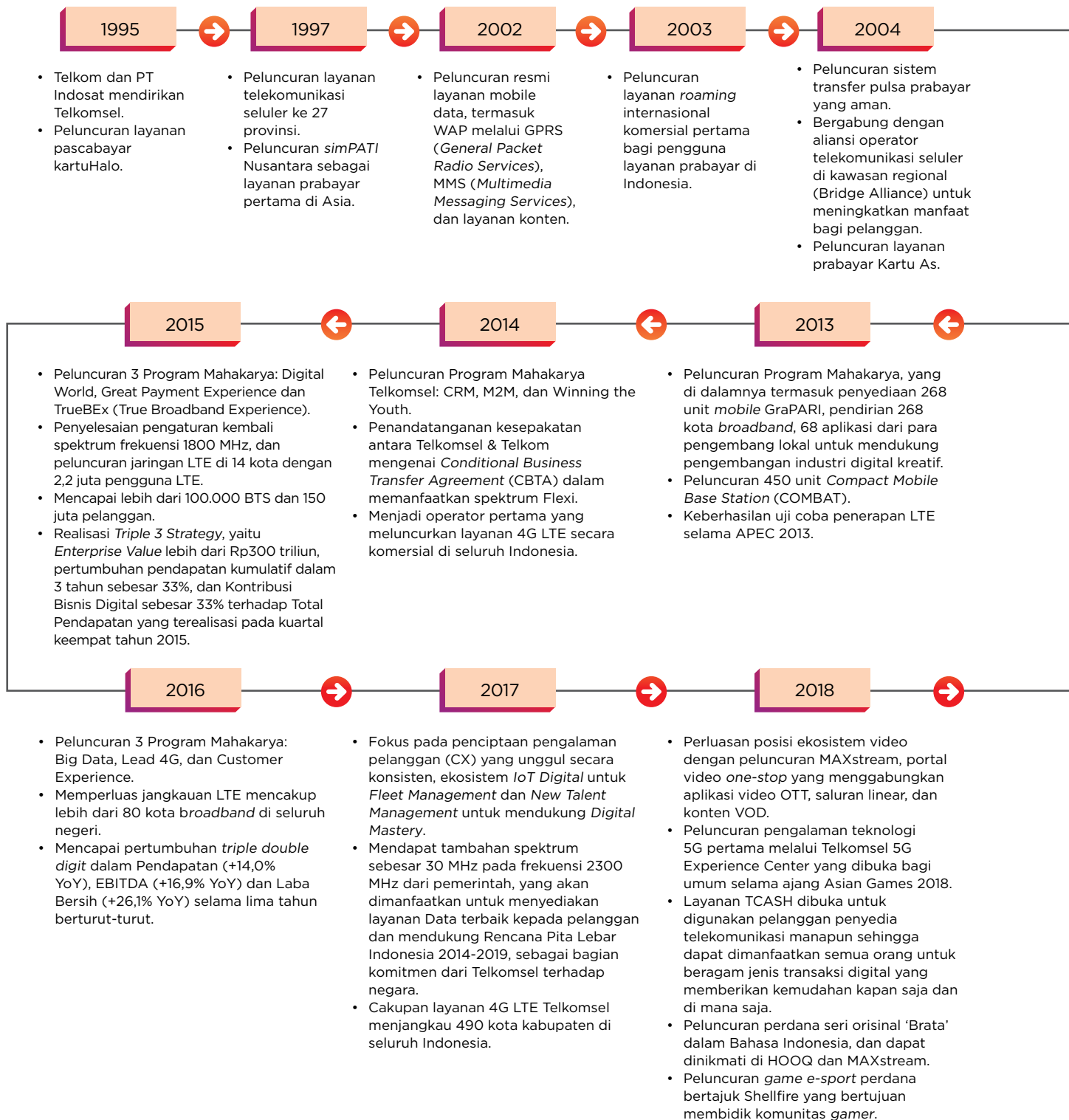


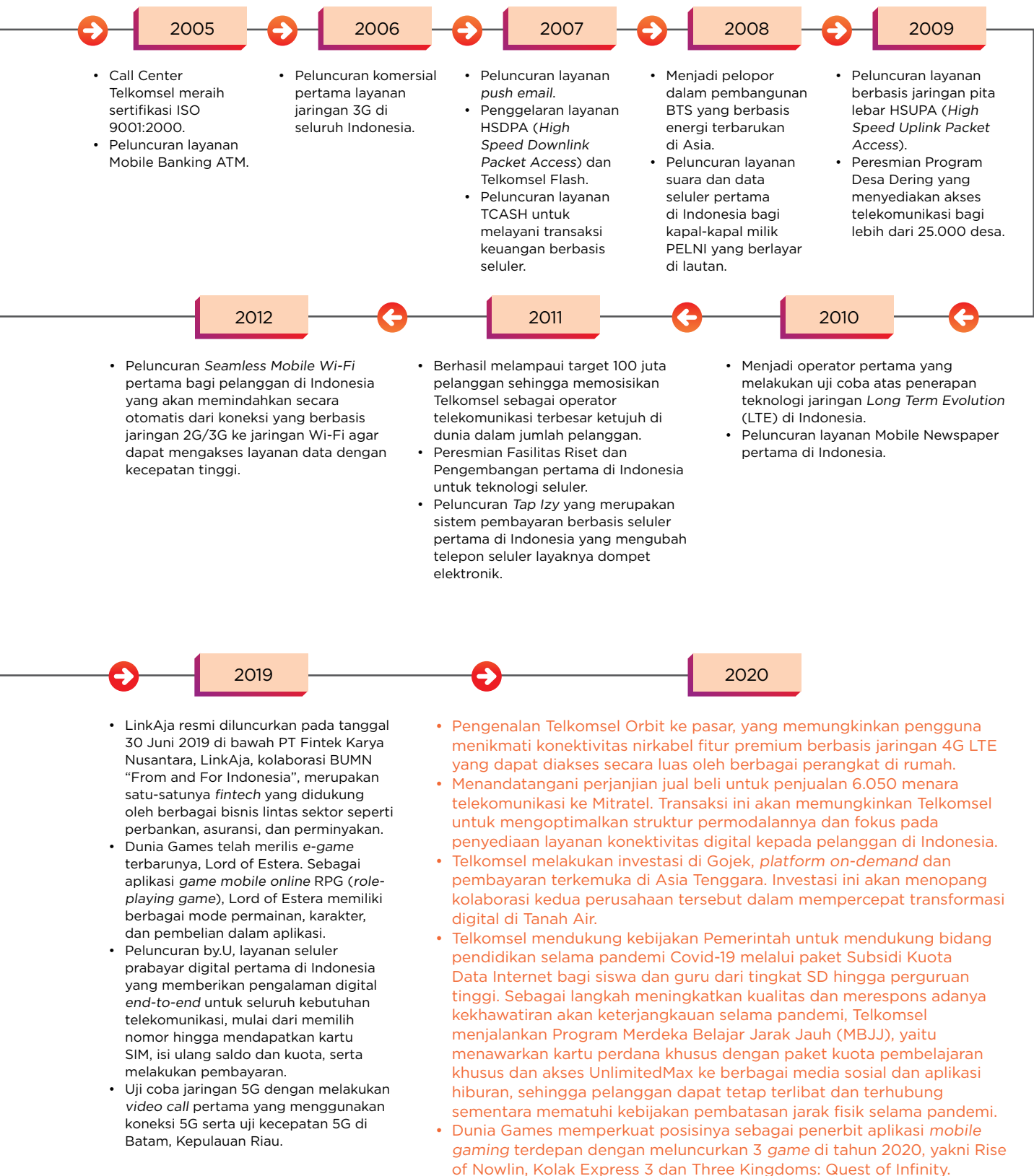
Diposisikan sebagai *brand* prabayar yang menyasar segmen pelanggan muda. Dengan tagline “Ini KITA”, LOOP membawa semangat muda yang didukung oleh motto *brand* itu sendiri, yaitu “*being better together*” yang berfokus pada penyediaan ragam Layanan Data dan Digital yang menarik.



Diposisikan sebagai layanan seluler prabayar digital pertama di Indonesia yang memberikan pengalaman digital *end-to-end* untuk kebutuhan telekomunikasi secara menyeluruh. by.U dikembangkan khususnya untuk segmen Gen Z yang *online* secara konstan, dan bertujuan untuk mengakomodasi pelanggan dengan layanan terintegrasi pada aplikasi digital yang dapat dikustomisasi sesuai kebutuhan masing-masing pelanggan.

Jejak Langkah







Tinjauan Bisnis

04.

Visi

Menjadi penyedia layanan dan solusi gaya hidup digital bergerak yang terpercaya dan berkelas dunia.

Misi

Memberikan layanan dan solusi digital bergerak yang melampaui harapan pelanggan, menciptakan nilai bagi semua pemangku kepentingan, dan mendukung pembangunan ekonomi bangsa.

Di usianya yang ke-25 tahun, Telkomsel sebagai perusahaan telekomunikasi digital terkemuka mendefinisikan kembali tujuan utamanya untuk terus melangkah ke depan, mendedikasikan seluruh kekuatan dan upaya untuk menghadirkan solusi dan layanan yang didukung oleh teknologi terdepan untuk menginspirasi masyarakat. Di tahun 2020, pandemi Covid-19 menghantam perekonomian Indonesia. Industri telekomunikasi yang secara struktural tergolong lebih kuat dan tangguh, tanpa terkecuali ikut mengalami dampak negatif dari pandemi ini.

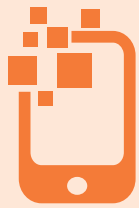
Telkomsel mengalami penurunan pendapatan sebesar -4,4% YoY di tahun 2020. Telkomsel mengalami perlambatan pada pertumbuhan Pendapatan Data (+8,3% YoY di 2020 dibandingkan +22,3% di tahun 2019). Selain karena pandemi Covid-19, keadaan ini diperburuk oleh persaingan yang ketat. Pertumbuhan Pengguna Data terus menunjukkan pertumbuhan positif (+5,2% YoY vs. +3,5% di 2019), sehingga mempercepat penurunan pendapatan dari bisnis Legacy Telkomsel (-24,6% YoY vs - 21,7% di 2019). Meskipun terdapat tekanan pada pendapatan, inisiatif Cost Leadership Telkomsel mendorong EBITDA tumbuh sebesar +3,8% YoY.

Sementara pandemi Covid-19 terus mengancam industri telekomunikasi, pandemi ini juga menghadirkan peluang bagi Telkomsel untuk merefleksikan dan membangun fundamental bisnis yang diperlukan untuk berkembang di Bisnis Digital dan menjaga dominasinya di industri telekomunikasi Indonesia di masa depan. Pilar-pilar ini dirangkum dalam Tema Korporat Telkomsel Tahun 2020:

Sekilas tentang Strategi Perusahaan

“Percepatan pertumbuhan Digital melalui fokus pada pelanggan, inovasi, pembaharuan cara kerja, dan menciptakan iklim kerja yang kuat”. Untuk mewujudkan Tema Korporasi ini, Telkomsel menjalankan tiga Program Utama untuk terus memberdayakan Bisnis Digitalnya di masa depan:

3 PROGRAM UTAMA



SUPER APP & DIGITAL ECOSYSTEM ENABLEMENT PLATFORM

MyTelkomsel sebagai *super app* untuk menghadirkan aplikasi tanpa hambatan, terintegrasi, terkontekstualisasi, dan one stop application untuk menjadi pusat kebutuhan sehari-hari pelanggan yang memanfaatkan koneksi broadband Telkomsel.



DIGIPOS 4.0 AS E-CHANNEL PLATFORM

Aplikasi *Digipos* untuk memenuhi kebutuhan transaksi dan operasional sehari-hari *reseller*



DMP (DATA MANAGEMENT PLATFORM) 2.0 TO BUILD END-TO-END MARKETING ACTIVATION SERVICE

Tingkatkan DMP Telco yang ada dengan data pihak ketiga untuk mendapatkan *targeting* luar biasa untuk *programmatic ads* dan *mobile subs*

Selain tiga Program Utama di atas, di tahun 2020 Telkomsel berhasil mengeksekusi dua Inisiatif Strategis yang dituangkan dalam Strategi Korporat 5 Tahunan, dalam bentuk dua Aksi Korporasi utama:

1. Sejalan dengan inisiatif strategis Lean Operations, di tahun 2020 Telkomsel menyelesaikan penjualan aset menara kepada PT Dayamitra Telekomunikasi (Mitratel), agar lebih fokus pada bisnis intinya.
2. Setelah sukses mendirikan LinkAja di tahun 2019, Telkomsel terus meningkatkan inisiatif strategis dengan inovasi digital yang berinvestasi di Gojek pada November 2020. Terobosan baru ini akan mempercepat keterlibatan Telkomsel pada ekosistem digital yang lebih luas sekaligus memaksimalkan sinergi Telkomsel Broadband dan Digital Services pada inisiatif bisnis, sumber daya, dan kapabilitas Perusahaan.

Ke depannya, Telkomsel akan terus memanfaatkan pertumbuhan Data dan Digital Services untuk menjadi perusahaan telekomunikasi digital terdepan di Indonesia. Selain itu, Telkomsel juga berkomitmen untuk membangun ekosistem digital Indonesia, dengan mengembangkan layanan digital milik Telkomsel (seperti Digital Advertising, IoT, Big Data, dan Digital Lifestyle) serta memanfaatkan seluruh aset telekomunikasi yang dimiliki Telkomsel untuk menjadi digital service enabler melalui kemitraan dengan pemain digital lainnya.

Program Transformasi

LATAR BELAKANG

Perubahan teknologi yang cepat telah menginterupsi bisnis di berbagai industri. Dalam industri telekomunikasi, pendapatan dari bisnis tradisional seperti Panggilan Suara (Voice) dan SMS telah menurun secara signifikan ketika pelanggan beralih ke layanan *over-the-top*. Di tahun mendatang, akan terdapat pergeseran tren secara bertahap dalam industri, yaitu dari bisnis konektivitas ke bisnis digital.



Untuk mempertahankan bisnis di tengah dunia digital yang bergerak cepat, Telkomsel telah bertransformasi dari perusahaan telekomunikasi konvensional

menjadi digital. Pada tahun 2018, Telkomsel memulai perjalanan transformasinya dengan mendirikan Transformation Management Office (TMO), sebuah organisasi ad-hoc yang didedikasikan untuk memimpin dan menjalankan program transformasi.

PROGRAM TRANSFORMASI DI TAHUN 2020

Di bawah naungan TMO, Telkomsel telah melakukan sejumlah program yang berfokus pada tiga aspek utama: SDM, proses, dan teknologi.

SDM

Agile Squad

Telkomsel membangun budaya kerja yang baru untuk mendorong perubahan perilaku, karena Telkomsel percaya bahwa transformasi digital bukan semata-mata tentang teknologi saja, tetapi juga tentang SDM dan budaya kerja. Jika masyarakatnya tidak memiliki pola pikir yang tepat untuk berubah menjadi lebih baik, maka kecil kemungkinan Telkomsel dapat mewujudkan tujuannya.



Telkomsel telah memperkenalkan iklim kerja baru kepada karyawan, dengan menciptakan tim yang lebih fleksibel dan cekatan dalam bekerja. Iklim kerja yang baru ini ditandai dengan kolaborasi, inovasi, dan lintas fungsi. Dengan iklim kerja yang baru, Telkomsel bertujuan untuk menggali potensi terpendam karyawannya sehingga dapat meningkatkan produktivitas.

Untuk menerapkan iklim kerja yang baru, Telkomsel menggunakan pendekatan transformasi *agile*. Hal ini dilakukan dengan membagi karyawan dalam tim yang lebih kecil, yang disebut Agile Squads. Setiap tim terdiri dari

Telkomsel telah memperkenalkan iklim kerja baru kepada karyawan, dengan menciptakan tim yang lebih fleksibel dan cekatan dalam bekerja. Iklim kerja yang baru ini ditandai dengan kolaborasi, inovasi, dan lintas fungsi.

beberapa personel dari berbagai departemen, sehingga karyawan dapat berkolaborasi dan bekerja dengan lebih kreatif.

Agile Squad bekerja menggunakan metode *scrum*, yang mengutamakan pendekatan *agile* dan kolaborasi tim. Setiap anggota dari tim tersebut dapat mengekspresikan kreativitas dan empati masing-masing, sehingga dapat mengidentifikasi masalah dan menemukan solusi yang lebih tepat.

Agile Squad terbukti telah menghasilkan peningkatan produktivitas yang signifikan. Pada bulan Mei 2020, Agile Squad pertama berhasil meluncurkan inovasi digitalnya yang disebut *myEnterprise*, sebuah platform yang menyederhanakan produk dan perjalanan pelanggan yang dirancang untuk pelanggan bisnis. *myEnterprise* diharapkan dapat menjadi solusi yang tepat dalam memudahkan pelanggan korporasi Telkomsel.

Hingga saat ini, Telkomsel telah mengaktifkan 27 Agile Squad: 13 di B2C, 7 di B2B, dan 8 di Enabler. Dimulai dengan Agile Squad, Telkomsel berencana untuk secara bertahap memperluas iklim kerja baru dengan fungsi-fungsi lain dalam Perusahaan, sehingga mendapatkan manfaat yang lebih besar. Telkomsel berharap untuk dapat menciptakan iklim kerja yang baru yang tertanam di dalam budaya perusahaan.

Pengembangan Kapabilitas

Telkomsel melakukan beberapa program pengembangan kapabilitas karyawan yang

bertujuan untuk mengembangkan talenta yang dimiliki karyawannya untuk mempertahankan bisnisnya di masa depan.



Pada tahun 2020, Telkomsel meneruskan penyelenggaraan Telkomsel Expert Development (TED), program pengembangan 10 kapabilitas kritis, termasuk UI/UX, *Data Science*, *Data Security*, dan *Software Development*.

Selain itu, terdapat juga program yang fokus pada pergeseran budaya dan pemahaman seperti, seperti T-Flyers Talks, Pod Cast (T-Flyers Podcast), dan Sharina.

Program Pengembangan Kapabilitas di Telkomsel akan terus berlanjut di tahun-tahun mendatang, karena untuk mewujudkan transformasi, langkah yang terpenting adalah membangun tim dengan talenta dan pola pikir yang tepat.

PROSES

Fokus dalam program transformasi adalah dengan menghilangkan segala sesuatu yang menghambat terjadinya inovasi. Beberapa bagian dalam proses dan kebijakan bisnis telah ditinjau ulang dan diidentifikasi untuk

diubah atau disempurnakan, untuk mempercepat transformasi digital Telkomsel.

Pada tahun 2020, sembilan inisiatif diupayakan untuk meningkatkan proses dan kebijakan bisnis. Salah satunya adalah menciptakan Visi dan Misi Pengalaman Pelanggan (CX). Inisiatif ini berupaya mengatasi rintangan yang ada di Perusahaan, termasuk kurangnya pengembangan produk berdasarkan kepribadian pelanggan.

TEKNOLOGI

Teknologi adalah bagian integral dari transformasi digital. Telkomsel telah mengintegrasikan teknologi digital secara fundamental untuk mentransformasi cara kerja dan menghasilkan nilai tambah.

Pada tahun 2020, Telkomsel meluncurkan perangkat lunak digital berbasis *Robotic Automation Process (RPA)* yang membantu mengotomatisasi beberapa tugas yang bersifat administratif, berulang, dan memerlukan intensitas tinggi. Implementasi sistem robotik telah terbukti meningkatkan efisiensi waktu, dan meminimalkan potensi kesalahan manusia. Saat ini Telkomsel telah mengerahkan 16 bot: 7 di Finance, 6 in Procurement, dan 3 di IT.

Pada tahun 2021, Telkomsel berencana untuk secara bertahap meningkatkan implementasi RPA ke seluruh organisasi, serta menciptakan *Intelligent Automation (IA) Capability* yang akan menjadikan Telkomsel sebagai *Lean Operation*.

Pemasaran

STRATEGI DAN PROGRAM PEMASARAN

Memperkuat transformasi Perusahaan menjadi perusahaan digital terkemuka, pada tahun 2020 inisiatif pemasaran Telkomsel mencakup berbagai program, promosi, dan penawaran produk untuk mempertahankan pendapatan dari bisnis *legacy* dan mendorong segmen digital sebagai sumber utama pertumbuhan. Inisiatif-inisiatif ini, yang dipimpin oleh Direktorat Pemasaran, membahas bisnis Digital dan bisnis *Legacy*, yang terdiri dari pascabayar, prabayar, *broadband*, *enterprise mobility solution*, *device bundling*, *MyTelkomsel experience*, *games*, *mobile video*, musik, VAS, program loyalitas, interkoneksi, dan *roaming* internasional.

Strategi dan program pemasaran ini telah disesuaikan dengan setiap segmen pelanggan untuk dapat memberikan hasil yang maksimal. Saluran digital ini digunakan agar implementasinya efisien. Tujuannya adalah untuk mengakuisisi pelanggan baru dengan mengutamakan pengguna Data, untuk mendorong pelanggan mengonsumsi lebih banyak Data dan produk digital, dan terus mendukung penggunaan produk-produk *legacy*.

Pascabayar – kartuHalo

kartuHalo adalah produk pascabayar andalan Telkomsel yang melayani para profesional dan pelanggan korporat dengan kemudahan dalam konektivitas sebagai fokus utama mereka. kartuHalo bertujuan untuk memastikan telah memberikan pengalaman luar biasa bagi pelanggan dan kemudahan gaya hidup eksklusif yang disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan.



Fokus strategis program kartuHalo 2020 adalah menjaga relevansi dengan pelanggan pascabayar selama pandemi, sehingga pelanggan dapat melakukan seluruh aktivitasnya dengan aman dari rumah. Strategi ini dieksekusi melalui penawaran *bundling* produk dan perangkat yang menarik melalui saluran digital, baik milik Telkomsel maupun mitra *e-commerce*.

Pada tahun 2020, Telkomsel meluncurkan paket pascabayar terbaru yaitu Halo Unlimited, dengan pertimbangan sebagian besar pelanggan memerlukan data dalam jumlah besar untuk dapat beraktivitas sehari-hari dari rumah. Mulai dari Rp80 ribu, pelanggan mendapatkan kuota besar-besaran untuk Data, termasuk untuk berlangganan *streaming video* dan mengakses internet tanpa batas ke berbagai aplikasi. Halo Unlimited menawarkan kuota Voice & SMS kepada seluruh operator, ditambah kemudahan *roaming*. Pendaftaran Halo Unlimited dapat dilakukan secara *online*, untuk mendukung kampanye #Dirumahterusmaju selama pandemi Covid-19, melalui platform *e-commerce* atau dengan mengunjungi situs web <http://tsel.me/daftarhalo>.

Untuk memperluas jangkauannya, Telkomsel bekerja sama dengan Lazada untuk menjadi mitra eksklusif dalam Mega Campaign Lazada 11.11 dan 12.12, yang merupakan salah satu kampanye belanja *online* terbesar di Indonesia. Dalam kampanye ini, Paket Halo Unlimited dengan akses Unlimited Lazada ditawarkan seharga Rp11 pada tanggal 11 November 2020 dan Rp12 pada tanggal 12 Desember 2020. Halo Unlimited juga menawarkan hadiah langsung seperti *voucher* belanja dan langganan *streaming video* premium. Melalui kolaborasi yang beragam dengan platform *e-commerce* dan aplikasi *over-the-top* (OTT), Telkomsel turut menanamkan *digital lifestyle*, sebagai bentuk komitmen Telkomsel sebagai perusahaan telekomunikasi digital terdepan yang mengembangkan ekosistem digital yang inklusif dan berkelanjutan di Indonesia.



Pada awal tahun 2020, Telkomsel mulai memanfaatkan model bisnis *bundling* perangkat dengan menawarkan *bundle* berlangganan kartuHalo dengan pembelian *smartphone*, bekerja sama dengan distributor utama Samsung, Huawei, OPPO, VIVO, dan Xiaomi. Distribusi penjualan diperluas ke mitra



e-commerce dengan menawarkan paket *bundling* kartuHalo dengan skema *cashback* dan gratis ongkos kirim. Setelah diaktifkan, kartuHalo Device Plan memberikan *voucher* belanja kepada pelanggan untuk meningkatkan penjualan. Telkomsel juga memberikan bonus kuota 30 GB dan tambahan *cashback* setiap kali pelanggan menyelesaikan pembayaran melalui layanan pelanggan yang dipersonalisasi di saluran digital.

Prabayar



Telkomsel memiliki empat *brand* prabayar yang melayani empat segmen berbeda. *simPATI*, *brand* prabayar paling populer ditujukan untuk pasar massal, Kartu As fokus pada pemberian manfaat yang maksimal dengan biaya yang minimal, sementara LOOP menargetkan segmen generasi

muda, dan by.U merupakan produk prabayar digital untuk segmen generasi muda.

Dengan munculnya pandemi Covid-19 yang telah mengubah kebutuhan konsumen dan perilaku pembelian, penawaran prabayar Telkomsel terus difokuskan pada *customer-centricity*, menyediakan produk dan layanan yang relevan untuk berbagai segmen populasi. Telkomsel telah memaksimalkan *big data & machine learning*, saluran distribusi dan kemitraan yang solid, serta fokus untuk memberikan hasil yang terbaik di pasar.

Sejalan dengan program pemerintah untuk mendukung masyarakat kurang mampu yang paling terdampak pandemi, pada tahun 2020 Telkomsel meluncurkan Paket Combo Unlimited/Internet Merdeka untuk segmen SES Rendah, masing-masing seharga Rp10 ribu dan Rp20 ribu untuk WhatsApp dan panggilan suara tanpa batas selama 30 hari di jaringan Telkomsel, dengan kuota Data masing-masing sebesar 4 GB dan 10 GB.

Pada tahun 2020, migrasi pelanggan ke infrastruktur 4G terus berlangsung, dengan penggantian

kartu SIM lama ke USIM. Telkomsel juga memberikan bonus kuota 4G hingga 30 GB selama satu bulan setelah migrasi berhasil. Karena pandemi, Telkomsel melibatkan distribusi digitalnya secara lebih intensif dengan berkolaborasi dengan e-commerce melalui website dan asisten virtual Telkomsel, sehingga pelanggan mendapatkan kenyamanan ekstra.

Untuk kampanye 4G Hyper CVM, Telkomsel memanfaatkan *machine learning* untuk menyasar segmen pengguna (*cluster*) Non-4G dan menawarkan produk 4G, yang bertujuan utama untuk mengonversi pengguna Non-4G menjadi pengguna 4G untuk mendapatkan pengalaman *broadband* terbaik. Kampanye Hyper CVM juga ditingkatkan pada tahun 2020 untuk mencegah pelanggan beralih kembali dari layanan 4G ke layanan yang lebih rendah, dengan menganalisis pola perilaku pelanggan.

Manfaat tambahan lainnya yang ditawarkan di tahun 2020 termasuk paket internet dan panggilan suara, kualitas suara yang lebih baik dan lebih jelas dalam HD, panggilan suara yang lebih cepat, dan panggilan video *seamless*, yang dikemas sebagai VoLTE. Peluncuran awal VoLTE dilakukan pada Mei 2020 di Jabodetabek dan Surabaya, dan dilakukan secara lebih intens pada Desember 2020 dan seterusnya, baik kepada pelanggan prabayar maupun pascabayar.

Terakhir, untuk lebih meningkatkan kepuasan pelanggan selama masa pembatasan sosial akibat pandemi Covid-19, Telkomsel menawarkan panggilan tanpa batas kepada pelanggan prabayar dengan meluncurkan paket suara Paket KringKring pada bulan April di 419 kota.



Konektivitas Broadband Inti

Telkomsel berupaya meningkatkan konektivitas *broadband* intinya dengan tujuan menjadi pemimpin pasar dalam penawaran digital. Oleh karena itu, Telkomsel memperluas cakupan nilai tambah layanan *broadband* untuk berbagai segmen populasi.



Dimulai dari segmen anak muda pada September 2020, Telkomsel mulai menawarkan paket Kuota Ketengan dengan harga terjangkau, yaitu dalam bentuk penyediaan kuota internet dan akses tak terbatas ke aplikasi-aplikasi media sosial populer (YouTube, TikTok, Facebook, Instagram). Paket ini tersedia dengan harga mulai dari Rp2.500, dengan masa berlaku 1 hingga 7 hari.

Beralih ke segmen *mass market*, karena meningkatnya persaingan pasar dan berubahnya perilaku pelanggan di tengah melemahnya daya beli akibat Covid-19, Telkomsel menerapkan strategi untuk menangkalkan kampanye “penggunaan tak terbatas” dari para pesaingnya, dengan mengutamakan prinsip *customer-centric*. Strategi ini dijalankan melalui

pembentukan paket Combo Sakti dan Combo Sakti Unlimited yang diluncurkan pada tahun 2020. Combo Sakti adalah paket kuota personalisasi untuk internet, telepon, dan SMS yang ditawarkan untuk pelanggan prabayar dengan *Length of Stay* (LoS) lebih dari 3 bulan. Paket ini ditawarkan dengan harga dan nilai yang berbeda-beda sesuai dengan penggunaan rata-rata setiap pelanggan (ARPU). Sedangkan Combo Sakti Unlimited merupakan paket lengkap aplikasi *gaming* dan *streaming* dalam jaringan 2G, 3G, dan 4G dengan bonus kuota tak terbatas untuk berbagai aplikasi OTT. Paket ini ditawarkan ke kota-kota dan pelanggan tertentu untuk meningkatkan pendapatan dari mereka.



Prinsip *customer-centric* Telkomsel memastikan bahwa pelanggan dapat tetap terhubung dengan orang-orang yang mereka cintai terlepas dari jarak selama pandemi dan untuk tetap dapat sepenuhnya mengekspresikan diri di media sosial. Paket UnlimitedMax dan Starter Pack menawarkan berbagai paket internet bulanan dengan tambahan kuota Unlimited Apps untuk pelanggan baru Telkomsel. Paket UnlimitedMax memberikan akses tak terbatas ke beberapa aplikasi hiburan atau media sosial selain kuota utama. Dengan harga yang dimulai dari Rp20 ribu hingga Rp120 ribu, UnlimitedMax

menyasar pelanggan dari segmen bawah hingga atas.



Telkomsel mempunyai wawasan tentang pasar yang mendalam, khususnya mengenai apa yang diinginkan pelanggan selama pandemi. Dengan demikian, Telkomsel dapat terus menjadi yang terdepan dengan tetap berkomitmen penuh untuk memberikan nilai terbaik di pasar. Untuk mempertahankan posisinya sebagai yang terdepan, Telkomsel menerapkan strategi pemasaran yang berfokus pada *customer-centricity*, saluran, dan intensifikasi kemitraan dalam hal advokasi, serta peningkatan kapabilitas jaringan.

Berdasarkan strategi tersebut dan juga mengingat penerapan dari kebijakan jaga jarak sosial sebagai respons terhadap Covid-19 yang telah mengubah lanskap perdagangan dari saluran tradisional ke modern, Telkomsel telah secara aktif menggunakan saluran modern ini untuk mengakuisisi pelanggan potensial guna meningkatkan pendapatan.



MyTelkomsel



Dengan memanfaatkan momentum era kebiasaan baru di tahun 2020, tim Digital Experience berupaya untuk mengoptimalkan saluran digital Telkomsel agar lebih baik lagi dalam melayani dan memberdayakan kebutuhan *self-care* pelanggan. Oleh karena itu, Perusahaan meluncurkan beberapa peningkatan pada layanan yang ada dan baru serta berintegrasi dengan pihak ketiga. Telkomsel bermitra dengan perusahaan *fintech* besar di Indonesia dan platform *streaming* sehingga pengguna dapat menikmati lebih banyak hiburan digital dan melakukan transaksi digital dengan keuntungan lebih. Telkomsel berkomitmen untuk terus memenuhi ikrar pelayanannya, yaitu “*always more value*” dan “*better digital experience*”.

Integrasi layanan pembayaran digital Telkomsel menawarkan kemudahan pembayaran yang lebih baik untuk pelanggan prabayar dan pascabayar dengan nilai dan keuntungan tambahan yang diberikan melalui beragam mitra.

Dalam rangka menciptakan pengalaman pelanggan yang luar biasa, Telkomsel melakukan

perbaikan atas *feedback* pelanggan dalam setiap rilis barunya di semua saluran. Pada tahun 2020, Telkomsel telah memperbarui beberapa aspek yang meliputi toko *online*, alur pembelian paket, pembayaran, proses login, dan lainnya, untuk terus meningkatkan pengalaman pelanggan sekaligus memaksimalkan pendapatan.

Fitur *entertainment* dari aplikasi MyTelkomsel juga terus ditingkatkan melalui integrasinya dengan MAXstream, Langit Musik, dan Dunia Games. Versi terbarunya kini hadir dengan antarmuka yang lebih khas, sederhana, dan informatif, sehingga meningkatkan *user journey* secara menyeluruh. Dalam aplikasi ini, pelanggan dapat lebih mudah untuk melihat-lihat *reward* Telkomsel POIN, melihat pesan dan kampanye dalam *inbox* yang telah disesuaikan dan meninjau transaksi terkini. Untuk mempertahankan pengguna dan mempromosikan pengadopsian, program Daily Check-In terus dilanjutkan guna menciptakan daya tarik dengan mendorong pengguna untuk lebih sering menggunakan MyTelkomsel. Upaya Telkomsel ini telah mendapatkan pengakuan secara eksternal oleh App Annie, dengan dianugerahkannya penghargaan Southeast Asia's Top Publisher 2020 Award for Most Downloads for iOS and Android.

Telkomsel.com juga kian menunjukkan pertumbuhan yang menjanjikan sebagai situs web teratas dalam kategori telekomunikasi. Melalui portal ini, pelanggan dapat menjelajahi penawaran produk Telkomsel, dan ke depannya fitur *e-commerce* yang disebut *express purchase* akan diaktivasi.





Program Loyalitas

Program Loyalitas Telkomsel berperan dalam memperkuat loyalitas dan menciptakan pengalaman yang memuaskan kepada setiap pelanggan di setiap saat.



Pada periode awal Covid-19, Telkomsel telah menggelar berbagai program #dirumahterusmaju. Program #DiRumahTerusTerhibur memberikan pelanggan pilihan *streaming* konten hiburan yang dikemas secara menarik, #DiRumahTerusTerhubung membantu pelanggan untuk tetap terhubung dengan keluarga dan teman, #DiRumahTerusTerpenuhi memberikan *reward* POIN untuk transaksi-transaksi *online*, sementara #DiRumahTerusBeribadah

memberikan *reward* POIN untuk akses-akses ke konten keagamaan, berlangganan, dan program bersama dengan mitra, sementara #DiRumahTerusBerbagi mendukung gerakan sosial yang berkolaborasi dengan platform *crowdfunding* (Kitabisa.com dan BenihBaik.com) dan Badan Wakaf Indonesia.

Kemudian pada penghujung tahun, Telkomsel mengadakan To the POIN Festival dengan tema Natal dan Tahun Baru. Melalui program ini, pelanggan dapat menggunakan Telkomsel POIN-nya untuk mengikuti *Lucky Draw* dan memenangkan total sebanyak 2.500 hadiah yang ditawarkan, selain juga Quiz Dunia Games, Konser The POIN "Thank God I'm Indonesian" yang menampilkan musisi-musisi ternama Indonesia, Give Away yang dilakukan secara langsung lewat Instagram, Parcel yang berkolaborasi dengan situs *e-commerce*, serta donasi amal yang bekerja sama dengan Kitabisa.com.

Personalisasi

Telkomsel bertekad untuk memanfaatkan Data sebagai aset bisnis utamanya untuk mendorong pertumbuhan pendapatan Perusahaan. Untuk mencapai tujuan tersebut, *Data Management Platform* (DMP) menjadi kunci utama Telkomsel untuk bertransformasi menuju ke level berikutnya dalam bisnis digitalisasi Big Data. Dua aktivitas utama

yang dilakukan adalah melalui penciptaan arus pendapatan baru dan monetisasi data untuk memanfaatkan produk dan layanan telekomunikasi inti melalui penyesuaian dan eksperimen berbasis informasi analitik.

DMP dibangun dengan memperluas kemampuan internal Perusahaan dan juga melalui perekrutan pakar dalam industri. Para tim *data scientists*, *data engineers*, *machine learning engineers*, penerjemah bisnis, dan *Customer Value Management* (CVM) tersebut diberikan akses kepada *big data* paling terkemuka dalam industri, berikut juga platform analitik yang canggih untuk memungkinkan tim ini menciptakan *use case* inisiatif CVM berbasis data. DMP menggunakan alur kerja yang gesit (*agile*) dengan pola pikir eksperimental dan cara kerja digital untuk mencapai pertumbuhan pendapatan yang berkelanjutan. Inisiatif tersebut direncanakan dan dijalankan melalui kemampuan analitik canggih, pemodelan pembelajaran komputer tercanggih, optimisasi penawaran berbasis *Artificial Intelligence* (AI), yang disampaikan melalui mekanisme yang sangat dipersonalisasi.

Saluran pelanggan Telkomsel terintegrasi sempurna secara *end-to-end* demi menjaga kenyamanan pelanggan. Sepanjang berjalannya inisiatif CVM, semua dampak bisnis diukur dengan cermat setiap hari dengan menggunakan *dashboard* interaktif *end-to-end* untuk menyediakan wawasan pasar yang akurat dan dapat ditindaklanjuti. Inisiatif dimulai dengan eksperimen skala kecil yang dievaluasi secara teliti sebelum ditingkatkan. Proses ini diulangi dengan perbaikan berkelanjutan untuk memastikan bahwa peningkatan pendapatan dapat tercapai dengan cara yang inovatif, efisien, ilmiah, dan berkelanjutan.

Melalui transformasi digital dalam DMP, Telkomsel memanfaatkan

Visi Strategis yang Mencerminkan Peran Kunci dan Tanggung Jawab Bisnis CVM

Customer centricity
yang
didasari data

Optimisasi
penawaran
berbasis AI
(arsitektur
moduler)

Mekanisme
penyampaian
yang *hyper-*
personalized

Integrasi
saluran &
customer
journey yang
mulus

Dashboard
pelacakan
dampak dan
pemantauan
uplift

Tim Agile Terus Meningkatkan Kampanye yang Saat Ini Tengah Berjalan, Mengembangkan Produk Baru, dan Menguji Ide Baru

data sebagai aset bisnis utamanya untuk mendorong aliran pendapatan baru dan memberikan pertumbuhan pendapatan yang berkelanjutan, dengan keamanan dan privasi data pelanggan terlindungi setiap saat, tanpa kompromi.

Interkoneksi



Bagi bisnis interkoneksi, yang menjadi bagian dari bisnis *Legacy*, pandemi pada tahun 2020 menghadirkan banyak tantangan karena OTT digunakan secara luas di kalangan pelanggan, terutama untuk konferensi video

dan suara untuk mendukung kebijakan Bekerja Dari Rumah dan Belajar Dari Rumah. Dua program yang diterapkan pada tahun 2020 membantu melindungi *international voice termination traffic* dari penipuan SIMBOX dan memaksimalkan pendapatan dari layanan A2P Internasional. Kedua program tersebut berhasil mencegah penurunan pendapatan Interkoneksi yang lebih dalam. Sehubungan dengan layanan *international voice* tersebut, paket SLI yang sangat kompetitif ke Malaysia telah diperkenalkan pada Oktober 2020 dan berhasil menarik pengguna SLI tradisional di Malaysia, yang menjadi bagian dari Diaspora Indonesia, untuk menggunakan layanan *legacy*.

Roaming Internasional

Roaming Internasional (IR) merupakan layanan yang paling terpuak akibat pandemi Covid-19 karena orang berhenti bepergian ke luar negeri di era pembatasan mobilitas. Selama penurunan tingkat perjalanan ini, layanan ditingkatkan melalui program-program seperti peningkatan pengalaman pelanggan (terutama

pada aspek pencarian produk dan menu belanja roaming di aplikasi MyTelkomsel), restrukturisasi produk untuk pencarian sederhana dan mudah, peningkatan nilai terhadap hal cakupan, kuota data, dan durasi perjalanan. Tarif data *roaming* PAYU yang lebih kompetitif juga turut diperkenalkan.



Paket Worldwide RoaMAX Telkomsel kini telah menjangkau hingga ke 178 negara, dengan dua variasi RoaMAX Umrah diluncurkan menyusul dibukanya kembali aktivitas umrah oleh pemerintah Arab Saudi. RoaMAX Umrah menyediakan layanan komunikasi yang nyaman melalui paket



internet atau paket combo (internet, SMS & voice). Sedangkan RoaMAX Diaspora diluncurkan pada September 2020 untuk memberikan layanan terbaik kepada para pelanggan Diaspora Indonesia di Singapura, Malaysia, dan Arab Saudi. RoaMAX Diaspora adalah Layanan IR khusus dengan harga kompetitif dengan masa berlaku yang lebih lama untuk pelanggan Telkomsel yang berdomisili di negara-negara tersebut dalam jangka waktu yang panjang. RoaMAX Diaspora juga memungkinkan mereka untuk berkomunikasi dengan menggunakan layanan Telkomsel dengan tarif yang terjangkau, tanpa perlu mengganti kartu SIM yang mereka miliki dengan kartu lokal di negara-negara tersebut.

Telkomsel terus menjadi anggota Bridge Alliance, aliansi operator seluler terkemuka di kawasan Asia Pasifik. Aliansi ini memungkinkan Telkomsel meraup keuntungan dari biaya *wholesale roaming* yang kompetitif dan dari *benchmarking* dengan operator anggota yang tidak hanya terbatas dalam roaming melainkan juga di banyak sektor bisnis baru lainnya di bidang telekomunikasi.

DigiPOSAja

DigiPOSAja adalah sistem penjualan paling andal dan terintegrasi untuk semua layanan Telkomsel, mitra bisnis, *reseller*, dan UKM. Berbagai kampanye pemasaran dilakukan untuk membantu menarik *reseller* baru dan yang sudah ada untuk memanfaatkan DigiPOSAja dalam meningkatkan pendapatan mereka. Dengan aplikasi DigiPOSAja yang terbaru, Telkomsel menyediakan platform yang lebih mudah, aman, canggih, disertai dengan *reward* yang lebih menarik bagi *reseller*, terutama pada saat pandemi.



Sebelumnya, sebagai bagian dari program induk #DiRumahTerusMaju, program #DiRumahTerusBelajar telah memberikan kemudahan akses pembelajaran online melalui paket data khusus dan data bebas kuota di situs dan platform e-learning, serta upaya kolaboratif lainnya.

#DiRumahTerusMaju
info lengkap: tsel.me/dirumahterusmaju

RESPONS PANDEMI

Pandemi Covid-19 telah membuat Telkomsel memanfaatkan keunggulan *brand* dan otoritasnya untuk mengumpulkan inisiatif demi mendukung masyarakat dengan solusi nyata saat berada di rumah. Inisiatif ini ditandai dengan gerakan #DirumahTerusMaju, di mana Telkomsel memberikan jaminan kepada masyarakat Indonesia bahwa Telkomsel akan selalu menyertai selama masa sulit ini.

Gerakan tersebut dilakukan bersamaan dengan program Merdeka Belajar Jarak Jauh (MBJJ) yang memfasilitasi kegiatan belajar jarak jauh siswa dengan menggunakan konektivitas yang diberdayakan oleh Telkomsel. Inisiatif ini diluncurkan menyusul survei UNICEF yang melibatkan lebih dari 4.000 siswa di 34 provinsi di Indonesia, yang menunjukkan bahwa anak bangsa menghadapi kesulitan nyata dalam melanjutkan pendidikan mereka

Dapatkan ekstra KUOTA BELAJAR 10 GB dengan beli Perdana Telkomsel

Dapatkan di sini **Indomaret**

melalui pembelajaran jarak jauh. Terdapat 62% responden yang mengakui membutuhkan bantuan kuota internet. Kebutuhan ini juga dirasakan oleh banyak guru yang kekurangan kuota internet karena mereka harus terus mengajar dalam situasi pandemi saat ini.

Merdeka belajar di jaringan terlarang 45GB
Bebas akses video conference & e-learning terlarang.
Segera dapatkan nomor Telkomsel baru ke Admin Sekolah/Kampus.
Misi pahlawan Telkomsel KIB
tsel.me/perdanabelajar

Gunakan Kuota Belajarmu sekarang! 45GB
Bebas akses video conference & e-learning terlarang

Sebelumnya, sebagai bagian dari program induk #DiRumahTerusMaju, program #DiRumahTerusBelajar telah memberikan kemudahan akses pembelajaran *online* melalui paket data khusus, data bebas kuota di situs dan platform *e-learning*, serta upaya kolaboratif lainnya. MBJJ memperkuat keberadaan program ini karena Telkomsel bertekad untuk menawarkan bantuan yang lebih terarah kepada siswa dan tenaga pengajar di semua jenjang dan institusi pendidikan di Indonesia melalui penyediaan berbagai pilihan paket Kuota Belajar.

Layanan Digital

TENTANG LAYANAN DIGITAL

Pertumbuhan Layanan Digital yang pesat selama bertahun-tahun menunjukkan sejauh mana transformasi Telkomsel yang berawal dari PERUSAHAAN telekomunikasi tradisional dan kini menjadi perusahaan digital dengan penawaran yang lengkap. Terlepas dari perlambatan ekonomi yang timbul akibat pandemi Covid-19, layanan digital Telkomsel tetap dapat tumbuh dengan memanfaatkan peluang utama akibat dari situasi pandemi dan dengan membantu pemerintah dan perusahaan lainnya dalam menghadapi ketidakpastian pada tahun 2020. Penyempurnaan dan investasi yang berkelanjutan selama bertahun-tahun telah memungkinkan Perusahaan untuk menghadirkan berbagai layanan yang bernilai dan unik di tengah tantangan. Portofolio Layanan Digital Telkomsel terdiri dari Produk dan layanan *Digital Advertising*, *Mobile Banking*, *Big Data & API*, *Internet of Things*, dan *Digital Lifestyle*.

Periklanan Digital – Memperkuat Positioning dalam Industri Periklanan



Bisnis Periklanan Digital Telkomsel, DigiAds, menyediakan solusi periklanan seluler terluas untuk para pengiklan di Indonesia. Solusi ini diberikan dengan menggabungkan kemampuan periklanan Telkomsel di seluruh layanan *Messaging*, *Programmatic Display* dan *Video*, *Contextual* dan *Location Based Advertising (LBA)*, *Rewards* dan *Mobile Couponing*, *Reward* dan Kupon Seluler, melalui penggunaan wawasan pasar yang unik, yang dikembangkan dari analisis data canggih atas perilaku sekitar 170 juta pelanggan Telkomsel.

Telkomsel bermitra dengan penyedia teknologi internasional terkemuka di seluruh industri untuk menyediakan layanan berbasis analitik berkualitas tertinggi di seluruh rangkaian produk dan layanan Telkomsel. Kombinasi penargetan audiens yang sangat akurat, jangkauan konsumen terluas, dan produk & layanan telekomunikasi digital terluas di Indonesia, memungkinkan pengiklan untuk menargetkan pesan mereka dengan lebih baik ke calon pelanggan dengan jumlah tertinggi dan meraih imbal hasil yang lebih besar.

DigiAds melaksanakan kampanye berbasis kinerja, seperti *Cost per Lead (CPL)*, *Cost per Installation (CPI)*, dan *Cost per Acquisition (CPA)*. Telkomsel juga terus meningkatkan kampanye tersebut demi kepentingan para pengiklan melalui pemberian *reward* kepada responden mereka, dalam bentuk bonus Data, SMS dan Paket Suara untuk meningkatkan tingkat respons dan keterlibatan konsumen.

Untuk menghubungkan kampanye *online-to-offline (O2O)*, Telkomsel bekerja sama dengan peritel terkemuka untuk memberikan solusi berupa penukaran kupon yang memungkinkan para pengiklan untuk mengaktifkan kampanye mereka ke tingkat transaksi, sehingga menutup simpul siklus pemasarannya dengan pengukuran kinerja yang transparan.

Peningkatan berkelanjutan Telkomsel dalam layanan periklanan digital telah menghasilkan pertumbuhan yang signifikan dalam tingkat jumlah pengiklan, Telkomsel berhasil melayani lebih dari 3.000 merek yang berasal dari klien pemerintahan, swasta, dan UKM pada tahun 2020.

Telkomsel bermitra dengan penyedia teknologi internasional terkemuka di seluruh industri untuk menyediakan layanan berbasis analitik berkualitas tertinggi di seluruh rangkaian produk dan layanan.

Kilas Peristiwa Penting DigiAds 2020

1. Memperluas Periklanan Digital Terprogram

Karena Telkomsel terus berupaya untuk menambahkan nilai pada layanan *messaging*, layanan iklan digital terprogram Telkomsel juga telah dikembangkan secara signifikan. Ini termasuk video Offdeck dengan VPAID, Digital Out-of-Home, Maxstream, MyTelkomsel, ROLi, Video MMS, LBA baru dan Kupon, dan Iklan Audio Langit Musik. Untuk memperkuat kemampuan layanan iklan digital terprogram, Telkomsel mengintegrasikannya ke dalam ekosistem iklan terprogram melalui kemitraan dengan para pemimpin industri global.

2. Memberdayakan UKM dengan MyAds

MyAds adalah solusi pemasaran swalayan dari Telkomsel untuk UKM, yang saat ini melayani lebih dari 25.000 UKM di skala nasional. Cakupan MyAds adalah *display inventory*, pengelolaan voucher untuk diskon dan bonus, dan saldo terpisah. MyAds telah berhasil memberdayakan UKM dalam menyampaikan kampanye iklan yang berkualitas dan hemat biaya. Telkomsel memperluas jangkauannya ke 64 juta UKM secara nasional melalui Akademi Mitra MyAds.



3. Memenangkan Penghargaan di SMARTIES 2020: Purposeful Campaign

Telkomsel mendemonstrasikan kemampuannya di kancah Periklanan Digital dengan memenangkan penghargaan di Mobile Marketing Association (MMA) SMARTIES Award 2020, yaitu Bronze Winner dalam kategori Purposeful Marketing untuk kampanye Lifebuoy Shampoo, yang dibuat oleh Telkomsel bekerja sama dengan Mindshare.



Mobile Banking - Transaksi Keuangan yang Aman dan Nyaman Selama Pandemi



Layanan Mobile Banking Telkomsel, yaitu mBanking, telah mengubah perilaku perbankan masyarakat Indonesia melalui kerja sama dengan 96 lembaga keuangan. Layanan mBanking yang tersedia melalui aplikasi seluler, SMS, dan saluran USSD telah memberikan kemudahan dalam mengakses berbagai layanan perbankan kapanpun dan di manapun. Telkomsel menyediakan cara termudah dalam melakukan transaksi keuangan dengan keandalan tinggi melalui jangkauan jaringan Telkomsel yang terluas di Indonesia.

Telkomsel terus memperluas kemitraan dengan bank nasional dan lokal untuk mendapatkan pengguna baru dan meningkatkan transaksi. Selaras dengan misi dunia perbankan untuk mendigitalisasi perilaku transaksi perbankan, serta tujuan digitalisasi strategis Telkomsel sendiri, telah dibentuk program loyalitas yang secara signifikan meningkatkan lalu lintas transaksi perbankan seluler.

Dengan maraknya isu keamanan dan sanitasi dalam menggunakan ATM selama pandemi, Telkomsel mendorong masyarakat Indonesia untuk mengalihkan transaksi mereka ke mBanking sebagai bagian dari era kebiasaan baru. Lewat kampanye cara bertransaksi perbankan yang lebih aman dan nyaman, dalam dua bulan Telkomsel berhasil mengonversi lebih dari 750.000 pengguna ATM.

Big Data & API – Memberdayakan Bisnis dengan Menggunakan Wawasan



Bisnis Big Data & API Telkomsel, yakni MSIGHT, memberdayakan transformasi digital pelaku bisnis skala *enterprise* melalui wawasan

pasar yang dapat ditindaklanjuti. Telkomsel secara besar-besaran memperluas investasi dalam aspek sumber daya manusia dan teknologi untuk menumbuhkan wawasan pasar berkualitas tinggi yang mengarah pada peningkatan kepuasan pelanggan yang lebih tinggi. Di awal tahun 2020, MSIGHT menerapkan platform analitik canggih yang menghadirkan kemampuan *end-to-end* untuk mempercepat proses pembentukan wawasan pasar dan

memungkinkan pengembangan produk yang lebih cepat.

MSIGHT menyediakan layanan Big Data & API kepada 40+ klien, mulai dari lembaga keuangan, *e-commerce unicorn*, integrator sistem, penyedia logistik, dan pemerintah Indonesia, dengan kompleksitas yang bervariasi. Telkomsel sepenuhnya mematuhi persyaratan dan peraturan untuk memastikan perlindungan data pribadi pelanggan.

Kilas Peristiwa Penting MSIGHT 2020

1. Menerapkan *End-to-End Data Pipeline* dan *Advanced Analytics*

Sehubungan dengan semakin pentingnya keberadaan data telekomunikasi untuk memberdayakan produk Telkomsel serta industri lain, Telkomsel telah berhasil membangun DMP yang senantiasa aktif (*always-on*). DMP merupakan infrastruktur pendukung dasar dari *end-to-end data pipeline* dan aplikasi *advanced analytics* pada layanan Telkomsel. Penerapan ini memungkinkan percepatan waktu pengembangan produk dan *time-to-market* untuk produk terkait analitik, baik untuk internal Telkomsel maupun untuk klien eksternal. DMP mengaktifkan beberapa produk MSIGHT, termasuk In-house Telco Credit Insight, Covid-19 Mobility Tracking Dashboard, Mobile Loan Services Analytics, dan Digital Advertising Campaign.

2. In-House Telco Credit Insight

Menyadari bahwa sebagian besar orang dewasa di Indonesia tidak atau terbatas dalam memiliki catatan riwayat kredit, maka Telkomsel merasa bertanggung jawab untuk membantu memberikan kesempatan yang sama kepada 170 juta pelanggannya untuk

mendapatkan akses yang mudah ke layanan keuangan pada skala nasional.

Dengan memanfaatkan lebih dari 5.000 variabel perilaku seluler, MSIGHT telah mampu mengembangkan *in-house credit scoring*, yaitu sebuah mesin yang memprediksi kemampuan individu dalam membayar kredit. Wawasan risiko dari basis data alternatif ini dapat membantu warga yang tidak memiliki rekening bank dan yang aksesnya terbatas ke rekening bank untuk mengisi kekurangan riwayat kredit mereka dan mendapatkan kesempatan yang lebih besar untuk memperoleh pinjaman secara formal.

Untuk lembaga keuangan, *Telco Credit Scoring* Telkomsel membantu memperluas cakupan mereka ke pelanggan yang sebelumnya tidak terjangkau, melalui manajemen risiko yang lebih baik daripada hanya menggunakan data dari biro kredit konvensional.

Model penilaian kredit internal Telkomsel telah dikembangkan secara kokoh dengan menerapkan metodologi praktik terbaik pada pengembangan model risiko tipikal di industri, melalui validasi silang berbasis waktu menggunakan rasio Gini dan *Population Stability Index* (PSI). Saat ini, akurasi *Telco Credit Scoring* Telkomsel jauh di atas model-model yang kerap digunakan oleh bank umum (0,3-0,4).

3. Covid-19 Mobility Tracking

Pada fase awal pandemi, kemampuan melacak riwayat mobilitas orang yang pernah terinfeksi Covid-19 sangat penting untuk menghindari penularan massal baru yang tidak terduga. Bersama Pemerintah dan operator telekomunikasi lainnya, Telkomsel memprakarsai pembuatan Covid-19 Mobility Tracking Dashboard yang nirsentuh (*zero-touch*). Telkomsel memanfaatkan jalur data *end-to-end* yang didukung oleh platform visualisasi internal dan analitik data, dan berhasil menyelesaikan *dashboard* ini dalam 2 minggu. Melalui *dashboard* tersebut, Pemerintah kemudian dapat memberikan informasi secara *real-time* kepada masyarakat, khususnya yang berada di kawasan zona merah.

4. Advanced Analytics tentang Periklanan

Memanfaatkan jalur data *end-to-end* dan analitik canggih yang Telkomsel miliki, MSIGHT menciptakan *propensity model* untuk memperkirakan kecenderungan audiens menuju suatu tujuan tertentu. Telkomsel berhasil mencapai *Return on Advertising Spend* (RoAS) 22x pada kampanye Device Manufacture dan meningkatkan kinerja CVR sebesar 11x dibandingkan dengan kampanye *e-commerce* serupa.

Telco Credit Insight

Telco Credit Insight merupakan estimasi karakter individu dalam mengonsumsi layanan kredit dengan menilai pola penggunaan dan perilaku mereka dalam hal telekomunikasi. Telkomsel mengambil bagian untuk memastikan produk dan layanan keuangan dapat diakses dan terjangkau oleh semua individu tanpa memandang kekayaan bersih personal untuk meningkatkan kualitas hidup mereka secara keseluruhan. Telco Credit Insight Telkomsel membantu lembaga keuangan dengan total lebih dari 3 juta permintaan wawasan pada tahun 2020.

Competitive Insight

Layanan Competitive Insight dari Telkomsel merupakan sekumpulan wawasan pasar yang dikurasi dan dapat memberikan posisi dan perbandingan kinerja para klien terhadap perusahaan sejenis di pasar, yang hasilnya divisualisasikan ke dalam *dashboard*. Telkomsel bermitra dengan pemain kunci di sektor *online*, termasuk *e-commerce*, *fintech*, dan *ride hailing*, untuk membantu mereka memahami posisi pasar digital dan membantu rencana akuisisi mereka. Pada pertengahan tahun 2020, Telkomsel menerapkan platform visualisasi baru, mempercepat pengembangan wawasan, dan mengurangi waktu pemuatan, sehingga dapat meningkatkan pengalaman Competitive Insight secara keseluruhan.

Location Verification Insight

Location Verification Insight adalah layanan API yang membandingkan lokasi rumah atau kantor seseorang dari pola mobilitasnya dalam hal telekomunikasi. Hasilnya, dengan menggunakan skor mulai dari 1 hingga 7, layanan ini dapat menunjukkan kedekatan antara input pengguna dan lokasi dari pola mobilitas telekomunikasi Telkomsel, dengan skor 1 menunjukkan yang terdekat. Untuk memastikan privasi data pelanggan, hasil skor hanya akan dikirimkan atas persetujuan

pengguna. Dengan Location Verification Insight, MSIGHT telah dapat membantu industri keuangan dalam mengidentifikasi dan memvalidasi rumah atau kantor para pemohon pinjaman secara instan.

Internet of Things - Mengaktifkan Transformasi Digital untuk Perusahaan



Internet of Things (IoT) Telkomsel menghubungkan perangkat, mesin, dan objek dengan teknologi yang tertanam ke Internet dengan mengubahnya menjadi aset 'cerdas' yang dapat berinteraksi dengan lingkungan eksternal. Telkomsel memberdayakan perusahaan-perusahaan untuk mengumpulkan data dan analitik waktu nyata dari perangkat yang terhubung untuk membuat keputusan berdasarkan data dan wawasan yang dapat ditindaklanjuti melalui solusi IoT yang andal, aman, dan canggih. Pada tahun 2020, Telkomsel menghubungkan lebih dari 1 juta perangkat di 500+ perusahaan dan terus berkembang melampaui konektivitas dengan kemampuan otomatisasi.

Tantangan luar biasa pada tahun 2020 telah membuat industri terpapar suatu proses hambatan teknologi yang tidak efisien, sementara mereka yang sudah melakukan perbaikan *ad-hoc* harus meningkatkan upayanya di masa depan. Maka pada momen inilah IoT dapat memainkan peran penting

dalam meningkatkan keselamatan dan keamanan, rantai pasokan, manufaktur, dan produksi Perusahaan.

Kilas Peristiwa Penting IOT 2020

1. Solusi terbaru Telkomsel, yakni Managed Service SD-WAN, telah meningkatkan kinerja bisnis Alfamart dengan tetap menjaga biaya operasionalnya selama pandemi. Implementasi IoT mendukung industri dalam beradaptasi dengan perubahan dengan tetap mempertahankan produktivitas secara aman dan efisien dalam situasi apapun.
2. Di sektor publik, PT Kereta Commuter Indonesia (KCI) adalah yang pertama menerapkan solusi Telkomsel sebagai bagian dari program Kota Cerdas. Melalui kamera dan analitik FleetSight + FleetSense MDVR, KCI telah meningkatkan keselamatan, kenyamanan penumpang, dan efisiensi bisnisnya.
3. Telkomsel bekerja sama dengan Palang Merah Indonesia (PMI) untuk membendung pandemi Covid-19. Pengintegrasian teknologi IoT dengan keahlian keperawatan kesehatan PMI membantu mempercepat respons perawatan kesehatan yang diperlukan dengan intervensi manusia yang minimal. Kolaborasi ini memanfaatkan FleetSight untuk memantau operasi armada PMI, TOMS untuk mengelola truk disinfektan, dan Asset Performance Management (APM) untuk memantau pengiriman plasma darah.



IoT Control Center



IoT Control Center adalah solusi berbasis *cloud* yang memungkinkan perusahaan melakukan otomatisasi pengelolaan perangkat yang terhubung. Selain manajemen konektivitas, fitur otomatisasi dan pelacakan (LOCI) pusat kendali kuat yang memberikan visibilitas dan keamanan aset akan memastikan keandalan layanan yang terhubung, optimisasi penggunaan perangkat, dan prediktabilitas biaya. Dengan peningkatan pada IoT Control Center, Telkomsel dapat mengelola perangkat 4G & NB-IOT dalam satu platform.

IoT Managed SDWAN



Solusi SD-WAN Telkomsel membantu bisnis dalam mengelola semua lokasi secara bersamaan dengan penyediaan *zero-touch*—sebuah cara baru dan transformasional dalam mengoperasikan WAN pada skala *enterprise*. SD-WAN Telkomsel dapat meningkatkan aspek kinerja bisnis secara signifikan, termasuk dalam hal kelincahan dan keandalan, secara sederhana dan hemat biaya. Layanan mutakhirnya akan membantu memperlancar proses bisnis dari Lokasi Terpencil (Lokasi Penambangan & Lepas Pantai), Kantor Cabang, Toko Ritel, hingga Anjungan Tunai Mandiri (ATM).

FleetSight



FleetSight adalah solusi Manajemen Armada *end-to-end* Telkomsel yang memberikan wawasan dan layanan profesional untuk membantu perusahaan dalam meningkatkan produktivitas, keselamatan & efisiensi. Fokusnya adalah pada telematika kendaraan dengan sensor yang tertanam di platform manajemen kendaraan & armada. FleetSight membantu perusahaan mewujudkan efisiensi, meningkatkan produktivitas, dan meminimalkan risiko terkait investasi kendaraan. Didorong oleh kebutuhan untuk memberikan keamanan yang lebih baik bagi pengemudi di jalan raya, Telkomsel menambahkan dua fitur baru untuk FleetSight:

- Driver Status Monitoring System (DSM) – yaitu sistem kecerdasan buatan yang menyediakan mekanisme peringatan perilaku pengemudi abnormal tingkat lanjut.
- Advanced Driving Monitoring Assistance (ADAS) - digunakan untuk mendeteksi situasi kompleks yang terjadi di depan mobil secara *real-time* dan memberikan peringatan dini seperti peringatan keberangkatan jalur dan peringatan tabrakan untuk mengurangi risiko mengemudi.

TOMS



Telkomsel Order Management System (TOMS) adalah solusi *adjacent* dalam manajemen

pesanan untuk armada perusahaan. Dengan TOMS, kini perusahaan dapat melacak dan mengelola armada operasional mereka untuk meningkatkan efisiensi dan menurunkan *downtime*. TOMS dapat berjalan baik secara mandiri maupun diintegrasikan dengan Solusi FleetSight.

INTANK



Intelligent Tank Monitoring System (INTANK) adalah solusi cerdas IoT *end-to-end* untuk melacak dan memantau persediaan cairan, terutama minyak, bahan kimia, dan air. Dilengkapi dengan teknologi dan sensor yang kuat dan efisien, INTANK menghadirkan visibilitas dan meningkatkan efisiensi operasional untuk mengelola persediaan cairan, mengurangi biaya energi hingga 50%. Dengan perangkat dan sensor bersertifikasi internasional, INTANK digunakan oleh berbagai perusahaan dalam banyak proyek komersial mereka.

Asset Performance Management



Tambahan baru pada rangkaian solusi bisnis Telkomsel adalah Asset Performance Management. Metode ini memantau dan menganalisis aset dalam pekerjaan dalam ruangan, luar ruangan, ataupun transit secara *real-time*. Solusi ini memungkinkan perusahaan untuk dengan mudah memantau kualitas, ketersediaan, dan keamanan aset mereka kapanpun dan di manapun.

Gaya Hidup Digital

Tahun 2020 merupakan tahun transformatif bagi Layanan Gaya Hidup Digital Telkomsel, seiring dengan bertransformasinya Telkomsel dari operator telekomunikasi menjadi perusahaan digital yang menyediakan layanan digital berkualitas tinggi, dari layanan bernilai tambah hingga musik, game, dan video, dan menjadi *Home of Entertainment*. Hal ini dilakukan melalui peningkatan secara berkelanjutan, inovasi, dan kemitraan kolaboratif dengan pemain lokal dan global di dunia konten digital yang bersama-sama dilakukan dalam rangka meningkatkan ekosistem digital Indonesia.



Telkomsel bermitra dengan Google untuk memberikan pelanggannya kemampuan untuk melakukan pembelian game atau aplikasi apapun di Google Play Store dengan tagihan pascabayar atau kredit Prabayar, memberikan kemudahan bagi masyarakat Indonesia yang terkenal dengan penetrasi kartu kreditnya yang rendah. Telkomsel dapat menyesuaikan paket untuk semua pelanggannya untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup digital mereka dalam Video, Game, Musik, dan Layanan Nilai Tambah Digital lainnya serta jajaran mitra

kontennya dengan kemitraan Top Lokal & Global.

Pada tahun 2020, Telkomsel mempertahankan dominasinya di ekosistem *gaming* Indonesia melalui Dunia Games dengan menyediakan platform pembayaran untuk berbagai *voucher game*, melalui beberapa pilihan pembayaran seperti tagihan langsung dari *carrier* lain, memiliki beberapa judul *game* yang diterbitkan sendiri, mengadakan turnamen *esports* berskala luas di tingkat akar rumput, nasional, dan bahkan di tingkat regional. Telkomsel telah memiliki 5 tim divisi *eSports* yang telah memenangkan beberapa turnamen. Yang terbaru, Telkomsel merilis fitur Live Chat di platform *game* miliknya pada tahun 2020, yang memungkinkan *gamer* berkomunikasi dengan teman mereka sambil bermain *game* melalui obrolan berbasis teks atau panggilan suara. Oleh karena itu, Dunia Games dinobatkan sebagai “Most Favorite Non-Publisher Esports Tournament” dalam Indonesian *eSports* Award yang diselenggarakan MNC Group.

Telkomsel memperkuat posisinya di industri *Video Streaming* dengan memperkaya konten dan platform untuk *mass market*. Bekerja sama dengan mitra layanan OTT, Perusahaan menawarkan berbagai macam konten melalui penawaran paket khusus untuk paket data video yang mencakup langganan premium ke beberapa Layanan OTT. Konten MAXstream mencakup film *Blockbuster*, serial Hollywood, program Olahraga, *Reality Show* dan serial Drama, serta saluran TV lokal dan Internasional. Layanan ini tersedia melalui Web MAXstream dan Aplikasi, dalam bentuk siaran langsung dan *video-on-demand* (VOD). Pada tahun 2020, Telkomsel menggenjot industri film lokal

dengan merilis 6 judul konten original tambahan dan lebih dari 80 seri melalui MAXstream.

Di bidang Musik, Telkomsel berfokus pada peningkatan pengalaman pengguna Langit Musik dan pemeliharaan platform RBT. Telkomsel juga bekerja sama dengan beberapa penyedia musik OTT, seperti Spotify, Smule, dan Joox, dalam menawarkan layanan musik melalui bundel data dan tagihan operator.

Telkomsel juga terus menghadirkan Layanan Nilai Tambah seluler inovatif baru untuk memperluas basis produk gaya hidup digitalnya. Perusahaan bermitra dengan Halodoc untuk menyediakan Paket Sehat, layanan bundel yang menawarkan telekonsultasi dan telemedika dengan harga terjangkau.

GAMES

Telkomsel bertindak sebagai penyedia solusi pembayaran yang memungkinkan akses *Direct Carrier Billing* (DCB) ke semua pelanggannya yang ingin melakukan pembelian konten digital (*item game*, *top-up* langsung di *game*, atau langganan *game premium*) melalui *application store*, termasuk Google Play Store, Samsung Galaxy Store, atau langsung melalui halaman Dunia Games. Di kuartal I tahun 2020, Telkomsel Dunia Games telah meluncurkan GamesMAX Unlimited Play (paket *ultimate gaming* yang menawarkan paket data berukuran besar untuk *gamer* dan *voucher game*). Hingga akhir tahun 2020, lebih dari 150 *publisher* dan *game developer* telah terkoneksi dengan Dunia Games DCB dan menjadikan Telkomsel sebagai *enabler* pembayaran *game* terbesar di Indonesia.

Platform Dunia Games



Melanjutkan kesuksesannya di tahun 2019, Dunia Games mempertahankan posisinya sebagai portal *game* nomor 1 di Indonesia yang secara konsisten senantiasa memenuhi kebutuhan *Gamer* dan menyempurnakan platformnya. Selain Pembayaran *Voucher Game* (melalui berbagai penyelenggara telekomunikasi Indonesia), *Tips dan Trik Game*, *Reseller Tools*, dan Platform Terbuka *eSports*, Dunia Games pada tahun 2020 merilis kapabilitas *Live Chat* di platformnya yang memungkinkan para *gamer* untuk berkomunikasi dengan orang lainnya melalui *SMS* atau panggilan dalam *game*. Pada tahun 2020, Dunia Games mempertahankan pertumbuhan lalu lintas dan menerbitkan lebih dari 100 artikel per minggu, dengan total lebih dari 1.800 video yang telah dipublikasikan.

Sebagai bukti keunggulan dan keberadaan posisinya sebagai yang terdepan di antara komunitas

gaming dan *esports* di Indonesia, Dunia Games terpilih sebagai “The Most Favorite Gaming Media of the Year” Award di Indonesia Gaming Awards 2020.

Penerbitan Game

Pada Februari 2020, Telkomsel Dunia Games merilis game ketiganya, *Rise of Nowlin*. Sebagai sebuah game MMORPG Dunia Terbuka, *Rise of Nowlin* menawarkan alur cerita yang luar biasa dan menantang bagi para penggemar *mobile game*. *Gamer* dapat menjelajahi berbagai mode permainan berikut aktivitas sehari-hari yang mendukung pemain untuk meningkatkan keterampilan karakter mereka agar lebih tangguh di seluruh level dan meningkatkan kemampuan untuk melibatkan komunitas *game* organik di wilayah Asia Tenggara. *Gameplay* keseluruhan *Rise of Nowlin* menawarkan grafik yang memanjakan mata.

Telkomsel Dunia Games juga menghadirkan genre baru ke dalam katalog *game*-nya dengan menerbitkan *Kolak Express 3* pada Mei 2020 bersamaan dengan perayaan Ramadhan. Menyusul kesuksesan genre action (*ShellFire*) dan genre *role-playing* (*Lord of Estera* dan *Rise of Nowlin*), Dunia Games kemudian menghadirkan *game* simulasi yang dapat dengan mudah dimainkan untuk memberikan para pelanggan lebih banyak pilihan *game* yang sesuai dengan preferensi mereka masing-masing. *Kolak Express 3* menantang pemain untuk menjadi penjual kolak dengan melayani berbagai permintaan pelanggannya dengan lebih dari 100 level. Aspek permainannya yang mudah dan sederhana membuat *game* ini dapat dimainkan oleh segala usia. *Kolak Express 3* tersedia untuk diunduh secara gratis di Google Play Store dan akan tersedia juga untuk pasar Asia Tenggara lainnya.

Pada Desember 2020, Dunia Games Telkomsel merilis *Three Kingdoms: Quest of Infinity*, sebuah *RPG Hero Collector* yang menantang pemainnya untuk memenangkan pertarungan dengan mengumpulkan dan membangun karakter yang kuat. Ada lebih dari 100 karakter yang tersedia dan terbagi ke dalam empat elemen yaitu *Fire*, *Water*, *Nature*, dan *Dark*. Ada berbagai mode permainan yang bisa dipilih pemain. *Three Kingdoms: Quest of Infinity* juga tersedia untuk diunduh di Google Play Store dan akan tersedia di App Store.



Esports



Pada tahun 2020, Dunia Games menyelenggarakan lebih dari 7.000 pertandingan esports di 122 kota. Dua kegiatan tahunan berskala nasional yaitu Liga Games dan Indonesia Games Championship (IGC) telah dilaksanakan selama 3 tahun berturut-turut. Acara tersebut mempertandingkan lebih dari 5 judul *mobile game* dan 1 *game PC*, yang diselenggarakan baik untuk tim putra maupun putri dengan kesempatan memenangkan hadiah senilai miliaran rupiah. Banyak penerbit yang terlibat dalam acara tersebut, seperti Garena, Tencent, Mobile Legends, dan Line. Telkomsel menerima trofi “Most Favourite Non-Publisher Esports Tournament” pada Indonesian Esports Award dari MNC Group di bulan November 2020, menjadikan IGC sebagai turnamen esports yang ikonik di Indonesia.

Selain itu, Tim Pemain Dunia Games Esports Pro juga memenangkan dan membawa piala dari beberapa Kejuaraan Esports Nasional, seperti Call of Duty Mobile Master Series dan AoV Series League. Dunia Games akan mewakili Indonesia di ajang esports Internasional seperti e-Masters AIESF Chengdu, AOV Kejuaraan Internasional, dan Kejuaraan Dunia CoDM.

Voucher GamesMax

Voucher fisik GamesMAX adalah kuota game dari Telkomsel yang dapat digunakan untuk bermain *game online* dan sebagai *voucher gratis* untuk *game favorit*. Aspek ketersediaan dan visibilitas diharapkan dapat meningkat melalui produk ini dan diharapkan juga dapat memberikan pengalaman yang aman dan dapat diandalkan oleh pelanggan.

Voucher fisik GamesMAX tersedia dalam paket Silver, Gold dan Diamond. Semua paket memiliki kuota Game 30 GB dan bonus kuota YouTube serta *voucher game gratis*. Paket GamesMAX Silver memiliki kuota internet untuk semua jaringan sebesar 1 GB, GamesMAX Gold memiliki kuota internet 2 GB untuk semua jaringan, dan paket GamesMAX Diamond memiliki kuota 4 GB untuk semua jaringan.

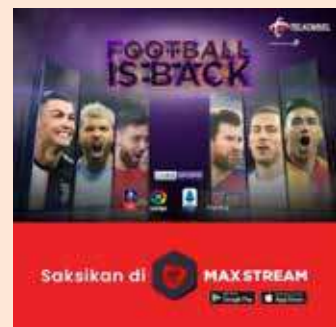


Kuota game dapat digunakan untuk mengakses *game* dan *voucher game gratis* berikut: Mobile Legends: Bang Bang, Garena Freefire, Arena of Valor, LINE Let's Get Rich, ShellFire, Black Desert Mobile, Life After, dan Rise of Nowlin (sementara PUBG Mobile, MARVEL Super War dan Hago akan menyusul).

Kuota *game* hanya dapat digunakan untuk memainkan *game-game* di atas, termasuk dengan pembaruan *in-game* apapun yang mengonsumsi kuota biasa. Untuk mengaktifkan paket GameMax, pengguna hanya perlu mengakses *363*678# pada perangkat mereka atau melalui aplikasi MyTelkomsel yang tersedia di Google Play Store.

VIDEO

Telkomsel terus memastikan bahwa layanan digital berkualitas tinggi dan bernilai tambah dapat diakses oleh seluruh masyarakat Indonesia. Telkomsel memenuhi komitmen tersebut dengan meningkatkan Portal Video MAXstream dan bermitra dengan Disney+ Hotstar, RCTI+, dan OTT lainnya untuk memberikan pengalaman gaya hidup digital terbaik bagi pelanggan. Hal ini didukung oleh jaringan *broadband* yang canggih di seluruh Indonesia dan penawaran khusus sehingga memudahkan pemirsa untuk *streaming* berbagai konten di platform MAXstream dan mitra OTT.



Telkomsel memperkuat posisinya di industri *Video Streaming* dengan memperkaya kontennya untuk *mass market*, menghadirkan konten VOD dari studio lokal besar seperti Starvision dan Multivision. MAXstream juga bermitra dengan saluran TVN dan TVN Movies untuk menjangkau fans Korea. Terkait pandemi Covid-19 yang memaksa pelajar untuk tinggal di rumah, MAXstream juga telah bekerja sama dengan saluran TV EDUKASI dalam menyampaikan konten edukasi kepada pengguna. Pada akhir tahun 2020, MAXstream memiliki lebih dari 59 saluran langsung dan lebih dari 7.000 VOD, menjadikannya pasar video terlengkap di Indonesia.

MAXstream Original

Telkomsel memperkuat posisinya di industri *Video Streaming* dengan memperkaya kontennya untuk *mass market*. Beberapa judul asli baru diproduksi pada tahun 2020, seperti “Lubang Kunci”, dengan kualitas produksi yang sangat baik menggunakan Dolby Atmos berkualitas teater.



Telkomsel bermitra dengan RANS Entertainment, sebuah rumah produksi milik Raffi Ahmad, dan memperoleh judul-judul termasuk film, *reality show*, dan serial untuk tontonan eksklusif di MAXstream. Ini termasuk Garasi Raffi, Nagita's Corner, Trip Among Rans, dan banyak lagi.

Telkomsel juga menggandeng Persib, sebuah klub sepak bola besar Indonesia dengan penggemar yang fanatik di Indonesia, khususnya di Jawa Barat. Telkomsel dan Persib menciptakan Ngararampok (mengunjungi rumah rekan kerja) dan mengadakan sesi kedekatan dengan nama-nama besar sepakbola Indonesia.

Pada tahun 2020, MAXstream menayangkan 160 judul original baru di platformnya.

MEMBENTUK MASA DEPAN DIGITAL INDONESIA

by.U - Layanan Telekomunikasi Digital Sepenuhnya Terbaik di Indonesia



Diluncurkan pada Oktober 2019 sebagai layanan telekomunikasi digital prabayar pertama di Indonesia, by.U berupaya untuk meningkatkan relevansinya dengan situasi pandemi melalui perubahan strategis yang cepat. Telkomsel bekerja sama dengan Indomaret untuk memungkinkan pengambilan kartu SIM di gerai Indomaret dengan lancar. Telkomsel memindahkan semua aktivitas keterlibatan pelanggan ke format *online* melalui

webinar, konser *online*, dan perayaan ulang tahun *online*. Mengingat penggunaan data meningkat dramatis, Telkomsel meluncurkan lebih banyak paket Data dalam berbagai ukuran. Selain itu, Telkomsel meluncurkan hiburan dalam aplikasi gratis selama kampanye nasional #StayAtHome (#dirumahaja).

Pasar mengakui kesuksesan by.U melalui 4 penghargaan berikut:

- Gold Winner for apps category pada Public Relations Indonesia Awards 2020,



- Most Innovative Data Package pada Selular Awards 2020,



- Marketing Continuity Brand 2020 dari Markplus, dan



- #1 Choice Digital Provider for Gen-Z dari Marketeers Magazine



Orbit - Layanan Broadband Nirkabel Rumah Terbaik di Indonesia



Orbit diluncurkan pada Juli 2020 sebagai penyedia internet nirkabel rumah digital sepenuhnya untuk memberdayakan masyarakat Indonesia dengan layanan yang lebih cerdas, lebih cepat, dan lebih andal. Peluncuran tersebut menjawab kebutuhan dalam pandemi di mana kebanyakan orang harus bekerja, bersekolah, berbelanja, berbisnis, dan melakukan hal-hal lain dari rumah.

Sejalan dengan visinya untuk menjadi pusat produktivitas rumahan, Orbit berfokus untuk mengidentifikasi masalah yang kerap dijumpai pelanggan dan menerjemahkannya menjadi fitur utama:

1. Penjelajahan pelanggan secara *end-to-end* digital sepenuhnya.
2. Prabayar: Tanpa biaya langganan bulanan/tahunan atau kontrak, pelanggan membayar apa yang mereka butuhkan.
3. Tidak ada Syarat & Ketentuan: Tidak ada *peak* dan *off-peak*.
4. Penggunaan dan kontrol perangkat melalui aplikasi seluler MyOrbit.
5. Jaminan Uang Kembali 7 Hari.
6. Aktivasi *plug-and-play* instan.



Dalam 6 bulan peluncurannya, Orbit mendapat pengakuan sebagai *Champion of Customer Experience* oleh SWA Indonesia

Inovasi Terbuka dengan TINC & TMI



Telkomsel Innovation Center (Tinc) secara intensif mendorong solusi *outside-in* dan *inside-out* yang siap dipasarkan, memadukannya ke dalam ekosistem digital Telkomsel, dan mempercepat bisnis baru dan arus pendapatannya. Tinc memperoleh solusi baru ini dengan mengidentifikasi dan melibatkan perusahaan rintisan lokal tahap awal dan

mencocokkannya dengan peluang untuk bersinergi.

1. Membuka peluang untuk semua solusi digital

Telkomsel memperluas kolaborasi dengan lebih dari 465 solusi yang diusulkan oleh berbagai perusahaan rintisan vertikal, termasuk Agritech, Smart Environment, EduTech dan Edutainment, Fintech, MedTech, logistik dan manajemen rantai pasokan, Enterprise SaaS dan Platform, serta Industrial IoT.

2. Solusi Siap Komersial

Tinc telah mempercepat solusi komersial yang sekarang ada di pasar:

Manpro

Sebuah perusahaan rintisan yang menawarkan manajemen proyek secara SaaS. Bersama dengan Tinc, Manpro memperluas kemampuan untuk melacak dan memantau perangkat dan memungkinkan pemantauan konsumsi bahan bakar (diesel).

Neurafarm

Aplikasi pertanian berbasis AI bernama Dokter Tania yang menyediakan aplikasi perlindungan dan manajemen tanaman berbasis AI. Aplikasi ini memungkinkan identifikasi penyakit tanaman, memfasilitasi konsultasi dengan para ahli serta menciptakan pengembangan masyarakat.

Mantis

Mantis merupakan sensor tekanan air IoT dengan akurasi tinggi, biaya rendah, perawatan mudah, dan pemantauan *real-time dashboard*. Solusi ini dapat mendeteksi kebocoran pipa dengan cepat, secara otomatis mendistribusikan alokasi daya pompa, dan menyediakan *dashboard* pemantauan yang ramah pengguna.

Penjualan

Selaras dengan tujuan utama Telkomsel untuk bertransformasi menjadi perusahaan telekomunikasi digital terkemuka di pasar, Telkomsel telah menciptakan beberapa terobosan baru yang signifikan dalam aspek penjualan. Pembahasan mengenai penjualan di tahun 2020 terbagi menjadi dua kategori, yaitu *Consumer* (B2C) dan *Enterprise* (B2B). Peran aktif B2C dan B2B dalam menerapkan inisiatif digital menunjukkan keyakinan Telkomsel bahwa kedua kategori ini akan menjadi pilar inti pertumbuhan Telkomsel di masa depan.

CONSUMER (B2C)

Di tahun 2020, menghadapi sejumlah perubahan besar dalam tren pasar, fokus strategis bidang penjualan untuk kategori *Consumer* (B2C) diarahkan untuk memperkuat fundamental penjualan, pergeseran jalur strategis, dan digitalisasi layanan penjualan.

Memperkuat Fundamental Penjualan

Dalam mempertahankan posisinya sebagai pemimpin di industri, Telkomsel mendongkrak penjualan dengan memperkuat fundamental penjualan yang menerapkan parameter penjualan 5S (*smart acquisition, sales through, sales out, stock days, dan sales renewal*) dan parameter *reseller* 5R (*reseller coverage, availability, aggressivity, productivity, dan adaptability*).

Langkah ini sangat penting, khususnya di era pandemi, untuk memastikan produk Telkomsel

siap digunakan pengguna akhir dan dapat menjangkau pasar lebih luas lagi. Telkomsel juga menjalin hubungan baik dengan *reseller* dengan memastikan mereka dapat dijangkau di seluruh cakupan situs jaringan Telkomsel, seiring Telkomsel memantau kinerja mereka secara saksama.

Pergeseran Channel Strategis

Dampak dari pandemi Covid-19 di tahun 2020 telah membawa perubahan besar pada perilaku konsumen, yaitu peralihan dari *channel* distribusi tradisional ke *channel* distribusi modern. Sehubungan dengan itu, Telkomsel melakukan penyesuaian dan meningkatkan kualitas seluruh distributor, khususnya distributor modern, untuk memaksimalkan keuntungan dari lonjakan ini.

Inisiatif distribusi modern Telkomsel di tahun 2020 meliputi: meningkatkan pengisian ulang layanan bernilai tambah (VAS) di perbankan, *e-commerce*, peritel nasional, dan LinkAja; pembenahan distributor dengan memperluas pilihan SKU dengan denominasi *top-up* yang lebih kecil; dan meluncurkan kampanye penjualan untuk SKU denominasi tinggi di jalur perbankan, *e-commerce*, dan peritel nasional, terutama pada hari-hari tertentu seperti Hari Belanja Online Nasional.

Untuk distribusi pada *channel* tradisional, Telkomsel telah melakukan reformulasi model KPI dan skema *reward* bagi mitranya, yang memacu outlet untuk terlibat dalam advokasi secara lebih aktif sehingga lebih kompetitif di pasar. Distributor ini telah dipersiapkan agar *digital-ready*.

Model inventori konvensional untuk sistem pengisian ulang telah diubah menjadi dompet modern. Digitalisasi dipercepat dengan peluncuran aplikasi DigiposAja pada tahun 2020, yang menjadi solusi bagi sejumlah permasalahan yang dihadapi para pelanggan dan outlet.

Digitalisasi Layanan Penjualan

Telkomsel berupaya untuk secara konsisten mempertahankan kualitas layanan terbaik kepada pelanggan, memberikan kenyamanan dan keamanan baik untuk saluran distributor mandiri maupun saluran distribusi non-mandiri. Sebagai bentuk respons Telkomsel terhadap pembatasan sosial terkait pandemi Covid-19, telah dilakukan penyederhanaan dan penyesuaian gerai fisik (GraPARI) seiring berjalannya proses digitalisasi. Sementara itu, *customer-centricity*, yaitu komponen penting untuk memastikan akuisisi dan loyalitas pelanggan, tetap dipertahankan dengan meningkatkan kualitas yang bersifat mikro pada situs GraPARI.

Perampingan juga dilakukan pada *Call Center*, sementara saluran distributor non-mandiri diperkuat untuk membantu menanggapi input dari pelanggan yang jumlahnya meningkat pesat di saluran distribusi ini. Untuk

memberdayakan saluran distribusi non-mandiri, Telkomsel telah meluncurkan *Telkomsel Virtual Assistant* untuk mendampingi pelanggan digital, yang dapat diakses di berbagai media sosial maupun aplikasi MyTelkomsel dan di Telkomsel.com.

Smart Aggression yang Melibatkan Reseller

Intensitas aktivitas penjualan di tahun 2020 sangat bervariasi dari kota ke kota. Telkomsel memberikan perhatian lebih pada area dengan persaingan yang lebih ketat. Telkomsel agresif dalam memasarkan produk di area dengan kompetisi yang lebih tinggi dengan melakukan *Smart Aggression Program*, yang menentukan produk apa saja yang akan dipasarkan sesuai dengan situasi dan kondisi setiap area. Inisiatif *Aggressive Outlet* berperan penting dalam memastikan keberhasilan program ini, di mana Telkomsel memberikan skema insentif yang lebih menarik kepada reseller.

Keterlibatan Digital Lifestyle Services

Sebagai faktor pendorong pendapatan yang dominan melalui *High-Value Customer (HVC)* ARPU, *digital lifestyle* telah menjadi salah satu area utama yang menjadi fokus bagi Telkomsel untuk lebih menghasilkan pendapatan di masa mendatang. Telkomsel telah melakukan studi psikografis yang mendalam mengenai minat pelanggan, oleh karena itu setiap kampanye akan menggunakan pendekatan yang disesuaikan



Seremoni penandatanganan antara CEO Telkomsel, Bapak Setyanto Hantoro dan PPK Pusdatin Kemendikbud, Bapak Aries Nugroho untuk Proyek Bantuan Kuota untuk Satuan Pendidikan (SD, SMP, SMA, SMK, Peserta Didik SLB, Peserta Didik PAUD, Peserta Didik Kesenjangan, Guru, Dosen, dan Mahasiswa) telah diselenggarakan dengan sukses pada 21 September 2020.



Telkomsel memperkuat komitmen dengan memaksimalkan digital learning menjalin kolaborasi lanjutan dengan Kementerian Agama melalui program "Madrasah Digital Belajar Jarak Jauh".



Memfasilitasi rapat terbatas presiden selama pandemi menggunakan solusi Cloud X.

dengan setiap produk untuk segmen psikografis yang berbeda. Di tahun 2020, kampanyenya lebih ditekankan pada digitalisasi, terutama pada pemasaran konten *digital lifestyle* (misalnya, *game mobile*, hiburan), menyesuaikan dengan minat konsumen dan meningkatnya ketergantungan konsumen pada sarana digital karena mereka menghabiskan lebih banyak waktu di rumah selama pandemi berlangsung.

ENTERPRISE (B2B)

Segmen *Enterprise* (B2B), di bawah kendali Sub-Direktorat Corporate Account Management, berhasil menjadikan tahun 2020 sebagai tahun dengan kinerja yang paling tangguh dan mampu melampaui target tahunannya, meskipun dihadang pandemi Covid-19.

Tonggak Pencapaian 2020

Beberapa bisnis penting yang dibukukan di tahun 2020 dalam segmen B2B melibatkan sejumlah akun utama Telkomsel, dari lembaga pemerintah hingga

sektor swasta. Nilai kontraknya mencapai lebih dari Rp2,5 triliun. Yang terutama di antaranya adalah kontrak dengan Kementerian Pendidikan untuk proyek Merdeka Belajar Jarak Jauh (MBJJ) yang mendukung pembelajaran siswa secara *online* di seluruh Indonesia di masa pandemi Covid-19.

Telkomsel menyelenggarakan kegiatan penjualan, baik secara fisik maupun virtual, untuk memperkuat relasi dengan pelanggan korporasi. Kegiatan terbesar yang dilakukan di tahun 2020 meliputi penawaran bantuan kuota Internet untuk sektor pendidikan (siswa dan guru), serta mensponsori beberapa webinar yang membahas topik-topik mengenai keamanan jaringan, digitalisasi sekolah, dan kolaborasi digital di era kebiasaan baru.

Beyond Connectivity: Menjadi Orkestrator Perusahaan Digital

Telkomsel berkomitmen untuk mempercepat dan mendukung transformasi digital para pelaku bisnis di Indonesia dengan menjadi orkestrator solusi teknologi digital untuk mewujudkan “*beyond*

connectivity”. Inisiatif ini didukung oleh empat pilar: *advanced connectivity*, *cloud & apps*, *security*, *analytics* dan *IoT*.

Pada pilar *advanced connectivity*, Telkomsel meluncurkan *CloudX* pada tahun 2020 sebagai solusi untuk mengoptimalkan komunikasi bisnis, produktivitas, dan konektivitas berbasis *cloud*. Mendapatkan penghargaan sebagai “The Best Digital Services” pada Selular Award 2020 ke-17, *CloudX* hadir dalam tiga layanan: *Communication*, *Meeting*, dan *Hub*. Berbagai fungsi juga telah diluncurkan, termasuk *Private Network*, *nGage Video API*, dan *Direct Peering*, untuk meningkatkan efisiensi bisnis di berbagai sektor, mulai dari perbankan hingga ritel.

Pada pilar *cloud & apps*, dengan memanfaatkan solusi platform *low code*, Telkomsel membantu mendigitalisasi proses bisnis pelanggan dengan menciptakan aplikasi yang terkustomisasi. *Use case*-nya beragam, mulai dari peningkatan SLA, *hosted data center*, hingga *digital cashier*.

Telkomsel menyediakan paket internet khusus dalam berbagai format untuk memberikan konektivitas yang andal kepada masyarakat untuk memfasilitasi kegiatan WFH. Lebih dari 205.000 institusi akademik dengan lebih dari 20 juta mahasiswa berpartisipasi dalam program MBJJ.

Perhatian pada pilar *security* telah meningkat drastis karena berlakunya kebijakan WFH yang mengubah banyak aspek pekerjaan, membuat karyawan lebih bergantung pada sarana digital dan membutuhkan keamanan yang baik. Telkomsel melindungi para pelanggannya antara lain melalui *Mobile Endpoint Protection*, untuk melindungi perangkat seluler pengguna dari kerentanan, dan *Mobile App Protection*, yaitu fitur keamanan pada aplikasi bisnis seluler perusahaan untuk melindungi pelanggan dari serangan. Kedua fitur ini diluncurkan pada tahun 2020.

Selanjutnya, Telkomsel telah menciptakan serangkaian sistem dan perangkat untuk mendukung kinerja di setiap langkah perjalanan digital pelanggan. Pada tahun 2020, platform utama yang diciptakan Telkomsel meliputi *Sales Force Automation* (Safora) sebagai pasangan sistem CRM, *MyEnterprise* dan *MyEnterprise Care*, serta 99% Usaha yang memberdayakan UKM.

Program Sorotan

Untuk mendukung seluruh pelaku bisnis di segala sektor dalam mengatasi tantangan yang timbul dari perubahan gaya hidup dalam bekerja, yaitu dengan diterapkannya skema WFH, Telkomsel meluncurkan beberapa program inovatif.

Di bawah program mitigasi Covid-19 dengan kampanye utama #DiRumahTerusMaju, Telkomsel menjalankan kampanye #dirumahterusproduktif untuk mendukung skema WFH di berbagai perusahaan dengan memberikan bonus data dan akses, dan #dirumahterusaman untuk membantu perusahaan mengamankan perangkat seluler karyawan mereka saat bekerja dari rumah.

Telkomsel juga menyediakan paket internet khusus dalam berbagai format untuk memberikan konektivitas yang andal kepada masyarakat untuk memfasilitasi kegiatan WFH. Lebih dari 205.000 institusi akademik dengan lebih dari 20 juta mahasiswa berpartisipasi dalam program MBJJ.

Kerja sama dilakukan dengan Microsoft untuk mengimplementasikan teknologi canggih sehingga wilayah terpencil di Indonesia memperoleh konektivitas dan solusi prima, menjadikannya setara dengan jaringan yang tersedia di kota besar, melalui *private LTE network*. Kerja sama ini juga mempersiapkan Telkomsel dalam mengantisipasi revolusi 5G.

Telkomsel berusaha keras untuk memberikan kualitas layanan terbaik untuk membantu pemerintah dalam mencapai sejumlah sasaran terkait digitalisasi. Program utama yang diterapkan Telkomsel di tahun 2020 adalah kerja sama dengan berbagai pemerintah daerah dan regional untuk meningkatkan transformasi digital dan mengimplementasikan *Smart Government*.



Webinar tentang digitalisasi layanan publik yang berjudul "Memberdayakan Pemerintah Daerah melalui Transformasi Digital" diselenggarakan pada tanggal 14 September 2020 yang diikuti oleh 1.200 peserta dengan beberapa narasumber: Direktur Layanan Aplikasi Informatika Pemerintah dari Kementerian Komunikasi dan Informatika; Direktur Pendapatan Daerah dari Kementerian Dalam Negeri; dan Bupati Kepulauan Morotai, Maluku Utara.

Teknologi Informasi

TINJAUAN UMUM

Direktorat TI bertanggung jawab atas Transformasi Teknologi Informasi (TI) di Telkomsel, yang secara fundamental mengubah lanskap pelayanan untuk melayani pengguna bisnis dan internal dengan lebih baik, dan maju bersama mereka. Sejalan dengan *Master Plan TI 3 Tahun*, beberapa transformasi besar dari 2018 hingga 2020 antara lain adalah:

- Penagihan (*Billing*) dan Pengisian Pulsa (*Charging*) secara modern, sehingga memperluas kapasitas untuk memenuhi pertumbuhan pelanggan sambil menghadirkan peningkatan teknis pada konfigurasi produk yang tergambar dari pendapatan.
- Melengkapi *Digital Core* sebagai *enabler* utama *Omni-Channel* untuk peningkatan *customer experience*, yang sangat mempercepat pembuatan dan pengiriman paket telekomunikasi yang akan dijual kepada pelanggan pascabayar dan prabayar.
- Modernisasi pengisian ulang (*Recharge*), penyempurnaan pengisian ulang prabayar tradisional (melalui *outlet/dealer* atau menggunakan *voucher* elektronik) dan pengisian ulang *channel* modern (melalui aplikasi pihak ketiga, minimarket, toko ritel, dan lainnya). Implementasi ini mengubah Model Bisnis

Penjualan dan secara signifikan meningkatkan pelacakan data dan visibilitas distribusi *voucher* ke outlet dan dealer.

- Mengadopsi Bisnis berbasis *Big Data* dan *Business Intelligence*, memproses data volume tinggi dengan hampir *real time*, kapasitas data yang diperluas, dan kemampuan analitik *business-centric* untuk meningkatkan strategi pemasaran secara keseluruhan.

Pada tahun 2020, kisah sukses ini diperluas dengan implementasi beberapa program strategis dan utama, yang melayani pelanggan B2C/*Consumers* dan B2B/*Enterprise*, serta memungkinkan digitalisasi internal dan transformasi di seluruh Perusahaan, dan meningkatkan kemampuan dan keandalan internal TI.

MENGAKTIFKAN STRATEGI DAN TRANSFORMASI BISNIS

TI telah lama menjadi *business enabler* utama dalam mencapai tujuan Perusahaan untuk memberikan layanan terbaik bagi pelanggan, dari ritel hingga UKM dan perusahaan besar.

Personalization Engine System

Pada April 2020, TI menerapkan *Personalization Engine System* sebagai bagian dari *Big Data* dan *Business Intelligence*. Sistem ini memungkinkan personalisasi kampanye secara *real time* dan NBO (*Next-Best Offer*) di berbagai

saluran digital. Sistem ini mampu menganalisis perilaku pelanggan dan menentukan penawaran dan kampanye yang sesuai, yang kelak akan meningkatkan tingkat serapan kampanye secara signifikan.

Customer Relationship Management (CRM) Back-End Systems

CRM BE diluncurkan pada Mei 2020 dalam periode *work from home* (WFH) untuk kemudian menjadi salah satu kisah sukses selama pandemi. Dengan implementasi CRM BE yang baru, Telkomsel mengubah dan memodernisasi fungsi CRM inti dan non-inti, termasuk manajemen & kontak pelanggan, manajemen kontrak, manajemen kasus/tiket/masalah, manajemen SLA (Perjanjian Tingkat Layanan), serta penyimpanan data pelanggan CRM. Kemampuan sistem mencakup B2C dan B2B, sehingga semua manajemen data pelanggan dapat dikelola sepenuhnya dalam satu sistem.

99% Usahaku

Telkomsel meningkatkan layanan bagi pelanggan UKM dengan merombak platform 99% Usahaku. Platform baru ini menawarkan solusi yang lebih hemat biaya untuk menggantikan platform *legacy* TMBS (Telkomsel MyBusiness Store). Platform baru ini akan menjadi fondasi untuk pengembangan 99%

Usahaku dalam waktu dekat. Platform ini menyediakan solusi e-commerce lengkap yang cocok untuk pelanggan UKM, dengan integrasi ke beberapa ISV (vendor perangkat lunak independen), termasuk Microsoft, Majoo, Pawoon, dll.

DMP (Data Management Platform) Data Insight

Sepenuhnya menyadari nilai data sebagai komoditas di era ekonomi digital, Telkomsel memulai perjalanan untuk memonetisasi data dengan aman dan taat aturan dalam hal tata kelola data pelanggan. Menggunakan DMP sebagai *enabler* utamanya, Telkomsel menawarkan *data insight* yang disampaikan melalui menu cerdas bagi klien untuk mendapatkan metrik statis dan dinamis berbasis telekomunikasi. Data tersebut terbukti berguna bagi perusahaan dalam menyusun strategi dan mengasah keunggulan kompetitif mereka.

TRANSFORMASI DI SELURUH LINI PERUSAHAAN DAN DIGITALISASI INTERNAL

Tidak hanya melayani pelanggan Telkomsel, TI juga memungkinkan transformasi di seluruh Perusahaan dan mendigitalisasi beberapa proses penting dalam organisasi internal, yang terbukti mempercepat proses, meringankan upaya manual, dan meningkatkan visibilitas data untuk pengambilan keputusan manajemen yang lebih baik. Beberapa program yang dilakukan selama tahun 2020 antara lain:

RPA (Robotics Process Automation)

RPA adalah salah satu Program Utama Telkomsel di tahun 2020. Proyek perdananya dimulai pada Januari 2020, dengan melakukan otomatisasi kegiatan pengolahan dokumen di Direktorat Keuangan. kemudian, TI melanjutkannya dengan program Scale-Up, yang kini sudah mencakup 16 kasus

berjalan di seluruh direktorat Telkomsel, dan memperkenalkan hingga 17 kreasi kapasitas FTE di beberapa direktorat.

Transformasi ERP dengan SIENNA

Teknologi untuk proyek Transformasi Keuangan ditingkatkan dengan sistem ERP, termasuk dengan merekayasa ulang seluruh proses terkait keuangan. Proyek ini mendukung visi Telkomsel Finance menjadi mitra bisnis kelas dunia dalam mendukung bisnis. Proyek ini telah berjalan sejak Februari 2020, menggantikan sistem ERP *legacy* dan kini melayani proses keuangan dan pengadaan.

RAFM (Revenue Assurance and Fraud Management)

Munculnya teknologi, produk, dan berbagai layanan baru membuat fungsi *assurance* untuk pendapatan menjadi lebih kompleks.

CRM BE diluncurkan pada Mei 2020 dalam periode work from home (WFH) untuk kemudian menjadi salah satu kisah sukses selama pandemi. Dengan implementasi CRM BE yang baru, Telkomsel mengubah dan memodernisasi fungsi CRM inti dan non-inti.

Contohnya adalah meningkatnya volume transaksi *broadband* selama 3 tahun terakhir. Fungsi *assurance* pendapatan yang selama ini menggunakan proses manual untuk rekonsiliasi, membuat proses ini menjadi lebih lama dan tertunda. Untuk itu dibutuhkan perangkat untuk membantu analisis dan pengambilan keputusan di unit Revenue Assurance. RAFM tahap 1 (Fraud Management) diluncurkan pada tahun 2020 untuk memenuhi hal ini. Dengan sistem baru, perbaikan telah ditambahkan untuk proses penanganan kasus penipuan, termasuk untuk mempercepat penyelesaian kasus penipuan dari rata-rata 7 hari menjadi 1 hari.

PENINGKATAN KEMAMPUAN DAN KEANDALAN INTERNAL TI

Pada tahun 2020, TI berfokus pada 3 peningkatan internal utama, termasuk pada ketahanan

keamanan, ketangkasan dalam penyampaian, dan keandalan layanan TI.

Ketahanan Keamanan Cyber

Dalam industri telekomunikasi, di mana data pelanggan dikelola dalam skala besar dan intensitas tinggi, keamanan *cyber* selalu menjadi masalah yang menonjol. Untuk itu, program ketahanan keamanan *cyber* dijalankan dengan 3 fokus utama, yaitu:

- a. Mengamankan Akses Pengguna
- b. Mengamankan Data Pelanggan dan Perusahaan
- c. Mengamankan Jaringan Telkomsel

Keandalan Layanan TI

Kinerja TI dan keandalan layanan adalah hal wajib bagi Telkomsel untuk menjalankan bisnisnya dalam kondisi prima. Untuk memastikan hal ini, beberapa program telah dilakukan, termasuk:

- a. Menyiapkan konfigurasi Ketersediaan Tinggi dan Redundansi Basis Data/Aplikasi, untuk memastikan kemampuan Telkomsel dalam melayani pelanggan jika terjadi insiden atau peristiwa *force majeure*.
- b. Memperluas kapasitas pada sistem penting untuk memastikan pelanggan mendapatkan pengalaman yang menyenangkan meskipun kondisi lalu lintas data yang padat (*high traffic*). Ini penting untuk sistem *high traffic* yang menangani lalu lintas *broadband* dan aktivasi produk, juga untuk *stack big data* yang menangani lalu lintas dan data pelanggan untuk analitik.

Kelincahan TI

Karena *time-to-market* adalah faktor sukses yang penting, TI meningkatkan proses dan

Selama periode April hingga Desember 2020, TI berhasil menyelesaikan 201 program (*Strategic, Major, dan High-Profile*) yang sebagian besar dikembangkan dan diimplementasikan secara jarak jauh.

perangkat internal untuk mempercepat pengembangan hingga waktu penerapan. Beberapa pendekatan telah mulai ditingkatkan, termasuk:

- a. Penerapan metode *agile* untuk berbagai aplikasi penting yang digunakan pelanggan, termasuk MyTelkomsel dan Dunia Games. Penyebaran fitur yang dipercepat ini dapat memenuhi persyaratan dinamika bisnis di pasar.
- b. Peningkatan internal dalam ITSDLC (*Software Development Life Cycle*), dengan meningkatkan proses CICD (*Continuous Integration/Continuous Delivery*) dan mengintegrasikan perangkat untuk melakukan pengujian secara otomatis. Sebagai proyek perdana, serangkaian proses dan perangkat baru ini telah diterapkan ke MyTelkomsel, dan terbukti mempercepat waktu pengujian sebelum perubahan ini dianggap siap untuk diproduksi.

RESPONS TI TERHADAP PANDEMI COVID-19

TI telah menjadi *enabler* penting bagi respons Telkomsel dalam menghadapi pandemi. Ini

termasuk beberapa program bisnis utama yang menunjukkan komitmen Telkomsel untuk terus mendukung masyarakat dan pemerintah selama pandemi, dan mengalihkan cara kerja organisasi ke WFH (*Work-from-Home*) dan WFF (*Work-from-Field*). Beberapa program bisnis utama yang disampaikan dalam respons cepat menghadapi pandemi meliputi:

- a. Paket data Ruang Guru dan IlmuPedia, dengan akses khusus ke layanan tersebut, sehingga pelanggan terpilih (siswa) dapat menggunakan data 30 GB untuk masa aktif 30 hari.
- b. Paket B2C CloudX untuk mengakses layanan konferensi video CloudX, sehingga pelanggan dapat menggunakan data 30 GB untuk periode aktif 30 hari hanya dengan Rp10.
- c. Program MBBJ (Merdeka Belajar Jarak Jauh), untuk mendukung program pemerintah dalam proses pembelajaran *online* selama pandemi.

Selama periode April hingga Desember 2020, TI berhasil menyelesaikan 201 program (*Strategic, Major, dan High-Profile*) yang sebagian besar dikembangkan dan diimplementasikan secara jarak jauh.

TI juga telah menyiapkan perangkat kolaborasi kantor yang mendukung produktivitas

karyawan selama WFH/WFF dengan *user experience* yang lebih baik dan pengaturan keamanan yang lebih tinggi, termasuk:

1. Akses Aman melalui VPN dan Autentikasi 2 Faktor RSA
2. Perangkat Produktivitas dan Kolaborasi Office
3. Penyempurnaan MOANA (Mobile Office Administration and Automation)

PENGHARGAAN

Pada tahun 2020, Departemen TI Telkomsel menerima 2 penghargaan, yakni:

1. “2020 Data Impact Awards for Industry Transformation” pada September 2020 dari Cloudera.
2. Penghargaan oleh “IT. Works Top Digital Awards” pada November 2020 untuk “Top Digital 2020 # Level Stars 5” dan “Top Leader in Digital Implementation 2020”.

Jaringan

Covid-19 telah menguji ketahanan, kemampuan, dan perencanaan kapasitas jaringan Telkomsel dalam banyak hal. Disrupsi yang terjadi menuntut Telkomsel untuk memberikan layanan yang berkualitas tinggi untuk para pelanggannya, dengan urgensi tambahan di tengah situasi yang menantang. Ketahanan konektivitas Telkomsel untuk memberdayakan masyarakat adalah kuncinya, yang dipertaruhkan adalah perekonomian itu sendiri, karena konektivitas adalah tulang punggung infrastruktur untuk banyak interaksi yang sekarang dilakukan secara digital.

Hal ini tercermin dari *Data Payload*, yang pertumbuhannya meningkat dua kali lipat dalam enam bulan pasca-Covid-19 dibandingkan pertumbuhan tiga bulan pra-Covid-19. Tetapi peningkatan ini tidak terjadi secara seragam di seluruh area yang terdampak oleh *lockdown*. Secara keseluruhan, pasca-Covid-19 peningkatan tertinggi terjadi di luar area Jawa, yang pertumbuhannya meningkat dua bahkan tiga kali lipat pertumbuhan di masa pra-Covid-19.

Lompatan *Payload* yang tiba-tiba di luar Jawa yang terjadi setelah *lockdown*, meskipun sebelumnya pertumbuhan masa pra-Covid-19 mereka serupa antara Jawa dan luar Jawa, menunjukkan bahwa daerah-daerah ini lebih bergantung pada layanan seluler. Menyediakan jaringan yang tangguh ke daerah-daerah yang jauh ini rumit, karena kondisi lingkungan alam dan geografis, serta jarak yang relatif jauh ke pusat politik dan bisnis. Pertumbuhan tersebut menunjukkan bahwa jaringan Telkomsel telah

merespons lonjakan tinggi ini dengan baik, dan ketahanannya terjaga: Ketersediaan Jaringan dipastikan sesuai SLA di bawah pengawasan yang ketat.

Karena *lockdown*, sebagian besar lalu lintas data bergeser menjadi ke dalam ruangan, dan WiFi mengambil alih lalu lintas seluler. Sebelumnya di masa pra-Covid-19, pertumbuhan WiFi lebih lambat dibandingkan seluler. Walaupun terjadi pergeseran lalu lintas yang signifikan ke WiFi, *Data Payload* seluler masih terus tumbuh. Perubahan ini lebih terasa di daerah Jawa, di mana jaringan WiFi telah lebih banyak tersedia.

Untuk meringankan lonjakan lalu lintas data akibat WFH, aktivitas bekerja dan belajar jarak jauh, serta pergeseran perilaku pelanggan lainnya di ranah *online*, Telkomsel memaksimalkan sumber daya yang ada dengan meluncurkan 25.000 elemen jaringan LTE baru. Hal ini tidak hanya meningkatkan cadangan kapasitas, tetapi juga memperkuat cakupan 4G pada 96% dari populasi di seluruh Indonesia.

Ini adalah bagian dari rencana strategis untuk terus memanfaatkan spektrum aset dan menciptakan nilai tambah dari teknologi canggih yang dimiliki. Meskipun ada tantangan besar yang ditimbulkan oleh pembatasan pandemi, Telkomsel akhirnya mencapai tonggak penting dalam penyediaan jaringan LTE untuk setiap kota dan kabupaten di tanah air, dengan total lebih dari 500.

Selain itu, untuk meningkatkan efisiensi spektrum, layanan VoLTE diluncurkan di 48 kota di seluruh Indonesia, sebagai bagian dari strategi untuk memanfaatkan

bisnis *legacy* Telkomsel, dengan memungkinkan layanan suara berbasis digital.

Teknologi canggih seperti 4G membutuhkan infrastruktur jaringan pendukung modern untuk dapat mencapai potensi maksimalnya. Untuk itu, meskipun di tengah pembatasan sosial, Telkomsel kini telah melakukan fiberisasi sebesar 66% dari keseluruhan situsnya, dan mengerahkan solusi terestrial berkapasitas tinggi untuk sisanya, bekerja sama dengan induk perusahaannya, Telkom Indonesia.

Untuk lebih meningkatkan kapasitas LTE yang dijanjikan, kemampuan antena LTE canggih, seperti Massive MIMO, 256 QAM, dan 8T8R, telah dihadirkan.

Kinerja jaringan LTE Telkomsel secara konsisten menduduki peringkat terbaik di Indonesia menurut berbagai aplikasi pengukur kinerja jaringan yang populer dan independen.

Untuk semakin memperkuat ketahanan jaringan layanan *Broadband*, Telkomsel mengembangkan jaringan virtualnya dengan meluncurkan tambahan 1.720 Gbps vEPC. Telkomsel telah meningkatkan infrastruktur jaringan virtual yang saat ini beroperasi. Virtualisasi jaringan ini merupakan bagian dari perjalanan menuju 5G dalam membangun cara kerja baru, dan memaksimalkan keunggulan penuh dari jaringan.

Selain ketahanan jaringan, kemampuan jaringan juga diuji ketika pelanggan memindahkan aktivitas *offline* mereka secara *online* melalui koneksi Data yang difasilitasi

oleh aplikasi tertentu, di luar layanan video, *game*, dan *streaming* tradisional.

Aplikasi tertentu membutuhkan kualitas layanan yang spesifik, dan untuk itu jaringan harus mampu memastikan pelanggan memperoleh pelayanan yang optimal. Misalnya, selama pandemi Telkomsel meluncurkan solusi *enterprise* bernama N-gage Video untuk membantu perusahaan meningkatkan keterlibatan pelanggannya. Seiring konsumen mengalihkan aktivitas mereka ke ranah *online*, perusahaan-perusahaan perlu menjangkau pelanggan di berbagai lini untuk menjaga loyalitas dan membangun kepercayaan mereka. Sebaliknya, para pelanggan pun berharap dapat menghubungi penyedia layanan mereka dengan cara yang lancar, cepat, dan personal.

N-gage Video memfasilitasi interaksi ini dengan sangat baik. Dengan satu sentuhan tombol, di aplikasi atau laman web, pelanggan dapat menghubungi titik layanan dan berbicara dengan agen secara tatap muka. Pada tahun 2021 Telkomsel berencana untuk menyebarkan solusi yang ditujukan untuk sektor

industri dengan interaksi pelanggan yang tinggi ini, di mana pengalaman pelanggan sangat penting, termasuk namun tidak terbatas pada Perbankan, Keuangan, Kesehatan, dan Pendidikan.

MENCIPTAKAN NILAI TAMBAH DARI ASET NON-INTI

Kekuatan Telkomsel dalam infrastruktur jaringan merupakan bagian dari keunggulan kompetitifnya. Menciptakan nilai tambah dari aset non-inti merupakan strategi non-organik yang penting. Pada tahun 2020, Telkomsel menyelesaikan penjualan 6.050 menara telekomunikasinya kepada PT Dayamitra Telekomunikasi (Mitratel), dengan transaksi atas 1.911 menara telah selesai dilakukan. Hingga saat ini, Telkomsel memiliki sekitar 13.000 menara untuk memperkuat jangkauan dan kapasitasnya.

MENDUKUNG AKSES DIGITAL INDONESIA

Pemerintah telah menggulirkan program pengembangan infrastruktur *broadband* dengan pesat, dan menargetkan cakupan

4G yang di semua desa pada tahun 2022. Telkomsel bekerja sama dengan pemerintah melalui program kemitraan aktif untuk memperkuat jaringan *broadband* di daerah terpencil dan perbatasan sebagai Kewajiban Pelayanan Universal (KPU/USO). Pada tahun 2020, sebanyak 1.110 lokasi 2G dan 4G USO telah dibangun.

Telkomsel juga terlibat dalam optimalisasi Palapa Ring, yang merupakan infrastruktur pembangunan *broadband* utama pemerintah, dengan menyediakan kabel bawah laut di Wilayah Timur (Palapa Ring Timur), Tengah (Palapa Ring Tengah), dan Barat (Palapa Ring Barat) Indonesia. Telkomsel memberikan dukungannya dengan menyediakan 217 lokasi USO tambahan baru di seluruh Indonesia, dan aktivasi 893 node 4G di dalam lokasi yang ada.

Telkomsel juga berperan dalam memberikan akses digital yang lebih luas ke Indonesia melalui program Internal Telkomsel yang bernama Merah Putih. Program ini telah mendukung akses digital di wilayah terpencil dan perbatasan. Hingga akhir 2020, menggunakan solusi teknologi ramah lingkungan, 232 lokasi Merah Putih telah terpasang di seluruh Indonesia.

Kinerja jaringan LTE Telkomsel secara konsisten menduduki peringkat terbaik di Indonesia menurut berbagai aplikasi pengukur kinerja jaringan yang populer dan independen.

Manajemen Modal Manusia

Telkomsel terus beradaptasi dengan kemajuan teknologi terkini dan persaingan bisnis yang dihadapinya. Dalam hal pengelolaan karyawan, Human Capital Management (HCM) terus melakukan perbaikan untuk memastikan Telkomsel terus unggul di tengah persaingan. Dengan adanya pandemi Covid-19 di awal tahun 2020, HCM telah menerapkan strategi yang mengutamakan kesehatan dan keselamatan karyawan dengan tetap memperhatikan pengembangan kompetensi dan peningkatan keterlibatan karyawan. Berbagai inisiatif yang diambil HCM sejalan dengan pertumbuhan bisnis digital Telkomsel yang berorientasi pelanggan. Inovasi, cara kerja baru, dan budaya kinerja yang kuat telah terbukti menjadi kunci dalam menghadapi pandemi.

MENGARUNGI GELOMBANG DI ERA PANDEMI

Pandemi Covid-19 telah mendorong Perusahaan untuk memulai perubahan dan melakukan

penyesuaian, termasuk dalam pengelolaan dan pengembangan karyawan. HCM membuat kebijakan *Work from Home* untuk mendukung pemerintah mencegah penyebaran Covid-19. Sebagai perusahaan telekomunikasi digital, Telkomsel telah siap untuk mengakselerasi cara-cara kerja baru dalam lingkungan kerjanya sendiri. Ini dilanjutkan dengan sejumlah penyesuaian layanan atau aturan terkait HCM, yang tertuang dalam kebijakan seperti digitalisasi layanan kepada karyawan, media komunikasi, dan pengembangan karyawan. HCM merilis #WorkFromHeart Playbook untuk memberikan saran bagi karyawan tentang cara bekerja dari rumah dan Belajar Dari Rumah secara optimal.

MEMPERCEPAT PEMANFAATAN PEMBELAJARAN DIGITAL

Bentuk adaptasi HCM dalam menghadapi pandemi adalah meningkatkan dan menyempurnakan media pembelajaran digitalnya. Saat ini Telkomsel memiliki dua platform

Pembelajaran Digital, yaitu Internal dan Eksternal. Penggunaan platform ini telah menjadi salah satu langkah utama HCM dalam mengembangkan kemampuan karyawan selama pandemi.

PIJAR (Platform Inspirasi dan Pembelajaran)

Untuk mendukung peningkatan kemampuan dan budaya digital karyawan, Platform Pembelajaran Digital Internal Telkomsel, disebut PIJAR (Platform Inspirasi dan Pembelajaran), memuat artikel dan video yang dapat diakses oleh semua karyawan. Artikel dan video ini diunggah oleh karyawan atau tim Pengajar, dan dapat digunakan sebagai materi pembelajaran untuk semua karyawan. Hingga kuartal III 2020, PIJAR telah memuat 129 artikel dan video.

Percipio, Udemy, dan Harvard Manage Mentors (HMM)

Selain pembelajaran digital secara internal, Telkomsel juga bekerja sama dengan mitra pembelajaran seperti Percipio Skill Soft, Harvard

HCM membuat kebijakan *Work from Home* untuk mendukung pemerintah mencegah penyebaran Covid-19. Sebagai perusahaan telekomunikasi digital, Telkomsel telah siap untuk mengakselerasi cara-cara kerja baru dalam lingkungan kerjanya sendiri.

HCM mengadakan Program Kesehatan Khusus Karyawan untuk membantu karyawan dan keluarganya yang terdampak Covid-19. Program ini meliputi pemantauan kesehatan, konsultasi dengan dokter perusahaan, dan penyediaan alat medis yang dipersonalisasi untuk karyawan atas nama Direktur HCM.

Manage Mentors (HMM), dan Udemy. Percipio menawarkan pelatihan keterampilan teknis dan *soft skill*, HMM memberikan modul kepemimpinan dan manajerial, sementara Udemy menawarkan modul yang terkait dengan persiapan sertifikasi, pembaruan teknologi, dan *soft skill*.

MENINGKATKAN PENGALAMAN KARYAWAN

Salah satu terobosan HCM dalam meningkatkan pengalaman karyawan adalah dengan meluncurkan media komunikasi baru untuk melengkapi media komunikasi primer yang telah ada. HCM Podcast hadir sebagai media komunikasi alternatif bagi karyawan untuk mempelajari lebih lanjut berbagai kebijakan dan program HCM. HCM Podcast

adalah bukti proses digitalisasi layanan HCM yang tengah berjalan, dan dapat diakses oleh karyawan melalui aplikasi internal MOANA (Mobile Office Application and Automation). Konten Podcast HCM tidak terbatas pada kebijakan atau program HCM, tetapi juga membahas kisah sukses, pencapaian karyawan, serta isu-isu terbaru terkait SDM. HCM mengadakan Program Kesehatan Khusus Karyawan untuk membantu karyawan dan keluarganya yang terdampak Covid-19. Program ini meliputi pemantauan kesehatan, konsultasi dengan dokter perusahaan, dan penyediaan alat medis yang dipersonalisasi untuk karyawan atas nama Direktur HCM.

MEMBANGUN KEMAMPUAN KARYAWAN

HCM terus meningkatkan kapabilitas karyawan untuk mendukung kebutuhan bisnis Telkomsel di masa depan. Agar

ketersediaan talenta dengan kapabilitas yang dibutuhkan dapat dipastikan, HCM melakukan *re-skilling* dan *up-skilling* karyawan sehingga mampu merepresentasikan produk dan layanan Telkomsel sebagai perusahaan telekomunikasi digital yang berpusat pada pelanggan.

Transformational Expert Development Academy (T.E.D Academy)

Sebagai kelanjutan dari perjalanan T.E.D Academy yang dimulai pada tahun 2019, HCM meluncurkan 7 Akademi pada tahun 2020, yaitu: B2B Pricing; Data Science; Engineering Data; Software Developer – Back End Programming; Software Developer – IoT; Software Developer – Android; dan Cyber Security Academy.

Pada tahun 2020, HCM menyelenggarakan Telkomsel Tech Titans League, kompetisi online dan webinar untuk menantang para talenta Indonesia dalam bidang teknologi untuk menunjukkan wawasan dan kompetensi terbaru mereka.

T.E.D Academy mengadakan T.E.D Angkatan 2 di bulan Oktober 2020, yang terbuka bagi peminat umum hingga awal November 2020. Para peminat mengikuti proses seleksi, dan mereka yang lulus kemudian menghadiri Academy Bootcamp.

Digital Prodigy

HCM menginisiasi pembentukan kelompok ahli yang disebut Digital Prodigy Team, sebagai bentuk manajemen organisasi dan cara berkerja baru. Anggota Digital Prodigy merupakan para pakar dalam kemampuan yang kritical bagi Perusahaan. Sebagian besar adalah lulusan akademi dari tahun-tahun sebelumnya. Para pakar ini mengerjakan tugas berbasis proyek sesuai dengan keahlian mereka, baik untuk memperkuat bisnis saat ini maupun untuk mengeksplorasi bisnis di masa depan.

MENARIK DAN MEMPERTAHAKAN TALENTA DIGITAL

Sebagai perusahaan telekomunikasi, Telkomsel membutuhkan banyak talenta digital agar dapat beradaptasi terhadap kemajuan teknologi. Memastikan ketersediaan talenta digital ini sangat penting, sehingga HCM telah mengembangkan strategi untuk memastikan pemenuhannya dengan menarik talenta digital dari luar Perusahaan dan mempertahankan talenta digital yang telah ada. Strategi tersebut diwujudkan dalam program HCM berikut:

Mengembangkan Employee Value Proposition & Employer Branding

Di era persaingan digital saat ini, EVP (*Employee Value Proposition*) sangat penting dalam memastikan keunggulan kompetitif perusahaan. *Employer Branding* Telkomsel menjadi langkah strategis untuk menjawab kebutuhan ini, dengan

menawarkan alasan bagi para talenta untuk memilih bekerja di Telkomsel. Dalam membangun *Employer Branding*, Telkomsel mengacu pada 4 pilar EVP, yaitu: (1) Perusahaan yang memberdayakan masyarakat melalui teknologi, (2) Ruang untuk berinovasi, (3) Brand ternama bagi para pemenang, dan (4) Komunitas untuk berkembang bersama. Melalui pilar EVP ini, Telkomsel berharap dapat menarik talenta-talenta unggul yang juga memiliki misi yang sama dengan Perusahaan, yaitu memberikan dampak positif bagi masyarakat melalui teknologi.

Pada tahun 2020, HCM menyelenggarakan Telkomsel Tech Titans League, kompetisi online dan webinar untuk menantang para talenta Indonesia dalam bidang teknologi untuk menunjukkan wawasan dan kompetensi terbaru mereka. Tiga tema dari Tech Titans berkisar pada Data, Pengembangan

Perangkat Lunak, dan Keamanan Cyber. Melalui media sosial, Telkomsel menyampaikan inovasi, pengalaman bekerja, dan tips untuk pengembangan diri melalui akun Instagram @lifeattelkomsel. Para pencari kerja dan kalangan profesional juga dapat melihat informasi terkait Telkomsel di LinkedIn @telkomsel.

Sistem Pengupahan Berbasis Kinerja

“Menciptakan Organisasi Berkinerja Tinggi dengan Memberikan Kompensasi Optimal kepada Orang yang Tepat”

Sesuai dengan komitmen HCM untuk menarik dan mempertahankan talenta terbaik dan mendorong kinerja karyawan, sekaligus mendukung terciptanya Budaya Organisasi Berkinerja, HCM merombak sistem pengupahan Perusahaan pada tahun 2020. HCM kini menerapkan sistem pengupahan yang filosofinya sejalan dengan strategi bisnis Telkomsel, sekaligus mengapresiasi kinerja dan pencapaian karyawan dengan baik.

Sistem pengupahan berbasis kinerja yang baru ini dirancang dan diterapkan untuk menjaga daya saing Telkomsel di pasar. Sistem ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan, kinerja, dan produktivitas karyawan.

MEMBANGUN BUDAYA BERKINERJA TINGGI

Untuk mendukung pencapaian pertumbuhan digital Telkomsel, HCM memastikan setiap karyawan ada di lingkungan, budaya, dan pola pikir pertumbuhan yang tepat. Untuk ini, HCM memulai program untuk memperkuat budaya kerja positif di Telkomsel, melalui inovasi dan berbagi pengetahuan. Langkah-langkah yang diambil meliputi:

Inno[X]tion Award

HCM secara konsisten menumbuhkan budaya inovasi di Telkomsel dengan mengadakan Inno[X]tion Award sebagai ajang bagi karyawan untuk berinovasi dan mengirimkan ide-ide terbaik mereka sebagai solusi masa depan untuk Telkomsel. Ide-ide yang disampaikan oleh peserta diseleksi oleh Dewan Juri. Sebanyak 27 ide terpilih sebagai Finalis Inno[X]tion Award, yang terdiri dari 16 ide bisnis dan 11 ide proses. Pemilihan terakhir dilakukan hingga terpilih 5 ide sebagai pemenang Inno[X]tion Award 2020 (2 ide proses dan 3 ide bisnis). Kelima ide tersebut lantas langsung diterapkan. Untuk ide bisnis, inkubasinya dikerjakan bersama dengan Telkomsel Innovation Center (TINC).

Telkomsel Faculty Members (T-FAMS)

Melalui program ini, HCM bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan manajemen karyawan dan menginternalisasi berbagi

pengetahuan budaya. Program ini memberikan kesempatan bagi karyawan menjadi mitra internal, yang akan ditugaskan ke berbagai program pengembangan karyawan. Karyawan harus terlebih dahulu ditetapkan sebagai Anggota T-FAMS. Karyawan yang telah menjadi anggota program ini terlibat menjadi Guru, Kreator Materi, atau memberikan bantuan sebagai Pelatih atau Mentor. Para anggota telah berpartisipasi dalam program pengembangan khusus terkait penyediaan bahan ajar dan keterampilan.

Telkomsel People Development Academy (T-PDA)

Strategi HCM dalam menumbuhkan budaya berbagi ilmu di dalam Perusahaan terlaksana melalui T-PDA, suatu lokapasar untuk berbagi pengetahuan dan keterampilan. Ruang virtual ini memungkinkan para ahli di Telkomsel untuk berbagi pengetahuan dengan karyawan lain. Karyawan yang memiliki semangat dan minat dalam mengajar didorong untuk membagikan ilmu mereka. Sementara karyawan yang ingin belajar keterampilan dapat mencari referensi yang mereka butuhkan dari para ahli yang tersedia. T-PDA telah terbukti sangat membantu Telkomsel dalam meningkatkan implementasi pelatihan internalnya.

Sinergi

Pada tahun 2020, didukung oleh sinergi dengan perusahaan induknya, Perusahaan mempertahankan posisinya sebagai pemimpin pasar di industri telekomunikasi. Keberhasilan ini menimbulkan sejumlah tantangan baru yang semakin besar, termasuk persaingan dan pandemi Covid-19. Grup Telkom dan Singtel sebagai induk Perusahaan terus berkomitmen untuk mengembangkan dan memperkuat bisnis *Legacy* Telkomsel dan Layanan Digital barunya. Sinergi ini secara khusus sangat bermanfaat bagi perkembangan bisnis digital Telkomsel dengan mengintegrasikannya ke dalam sejumlah ekosistem digital perusahaan induknya, yang skalanya lebih besar.

Pada umumnya, sinergi ini berfokus pada 3 aspek:

1. Mengasah dan memperkuat Pasar Pertumbuhan Inti (*Core Growth Market*), dengan mempertahankan kepemimpinan di bisnis inti melalui inisiatif yang dijalankan secara sempurna sehingga dapat bertumbuh sesuai dengan ekspektasi pasar.
2. Menciptakan Penawaran Layanan yang Ekspansif untuk Terus Maju, termasuk menciptakan produk-produk pertumbuhan baru, seperti ekspansi ke B2B, Family/Home, dan bisnis digital untuk melampaui tingkat pertumbuhan pasar seluler Indonesia.

3. Mentransformasikan Model Bisnis Perusahaan untuk mempertahankan pertumbuhan, yaitu mengubah operasi Telkomsel menjadi semakin ramping dengan pola pikir yang *agile* untuk mendukung percepatan pertumbuhan.

Lebih dari 38 inisiatif sinergi telah dilakukan pada tahun 2020, yang secara umum dikategorikan sebagai sinergi yang terkait dengan:

1. Pengalaman Pelanggan
2. Infrastruktur Jaringan
3. Bisnis Digital
4. Fungsi Pendukung Bisnis

SINERGI TERKAIT PENGALAMAN PELANGGAN

Pada tahun 2020, di Segmen B2B, Telkomsel dan Telkom Enterprise menerapkan *New Go-to-Market Alignment* (New GTMA) untuk mendorong akuisisi pelanggan baru dan menghasilkan lebih banyak pendapatan dari pangsa pasar korporasi, pemerintah, perusahaan negara, dan segmen usaha kecil & menengah, dengan menawarkan Corporate Business Solutions dan periklanan digital. Sebagai bagian dari sinergi yang memprioritaskan BUMN, Telkomsel telah menginisiasi sinergi dengan PT Pegadaian dalam bentuk promo bersama, pemanfaatan produk dan layanan, solusi konektivitas korporat, dan *bundling* perangkat dengan Tabungan Emas Krasida.

Untuk ekspansi segmen Family/Home, Telkomsel dan Grup Telkom berkolaborasi untuk meningkatkan pengalaman pelanggan melalui

integrasi jaringan tetap dan seluler, dengan menyelenggarakan proyek *Seamless Digital Experience* (SEADEx) dan Orbit. Proyek ini mendukung pengalaman pelanggan secara holistik atau *end-to-end*, termasuk proses komersialisasi, proyek uji coba/percontohan, dan kelayakan produk.

Untuk mendukung *Net Promoter Score*, DmobXLab berfokus pada pengujian berbagai jenis perangkat dan kualitas aplikasi. Program unggulan dari perangkat ini akan mempercepat persetujuan serta proses *Go-to-Market*. Inisiatif untuk optimalisasi pemilihan aplikasi seluler dan home LTE CPE akan meningkatkan pengalaman konsumen, serta mengedukasi konsumen untuk membeli perangkat yang ramah jaringan sehingga pengguna dapat menikmati pengalaman jaringan yang baik sekaligus mengurangi pengeluaran secara keseluruhan.

SINERGI TERKAIT INFRASTRUKTUR JARINGAN

Sinergi ini berfokus pada pemanfaatan infrastruktur Telkom untuk mendorong efisiensi biaya melalui skala ekonomi, sembari meningkatkan pendapatan, kualitas, dan persiapan infrastruktur Telkomsel untuk masuk ke Bisnis Digital. Melalui sinergi dengan Grup Telkom, Telkomsel turut berkolaborasi melalui *Collaborative Network Optimization Project* (CNOP) dengan meningkatkan fungsi

Order Management dan *Service Level Management*, untuk memastikan tersedianya dukungan yang mencukupi bagi rencana jaringan Telkomsel, desain dan persiapan untuk periode Ramadan dan Idul Fitri (RAFI) serta periode Natal dan Tahun Baru (NARU).

Penyewaan menara akan meningkatkan optimalisasi aset menara sebagai salah satu arus pendapatan Telkomsel. Sementara itu, implementasi Perjanjian Layanan Teknis Jaringan akan semakin meningkatkan efisiensi biaya Operasi & Pemeliharaan jaringan.

SINERGI TERKAIT BISNIS DIGITAL

Sepanjang tahun, Telkomsel memanfaatkan sinergi dengan Grup Telkom dan pemangku kepentingan lainnya untuk mendorong pertumbuhan Bisnis Digital melalui perluasan Ekosistem Digital LinkAja, Aktivasi Proyek Pemerintah, Ekosistem Parkir Digital, dan Desa Pintar.

Untuk mengembangkan sistem manajemen armadanya, Telkomsel

menghadirkan konektivitas untuk proyek integrasi sistem transportasi dengan Kementerian Perhubungan. Untuk mendukung penanganan pandemi Covid-19, sebagai bagian dari program *Corporate Social Responsibility*, Telkomsel bersinergi dengan PMI (Palang Merah Indonesia) dan menyediakan 3 aplikasi digital: *Fleet IoT Management*, *Order Management Solution*, dan *Asset Performance Management*.

Dalam rangka mendukung pengembangan Bisnis Games, Telkomsel bersinergi dengan perusahaan induknya dalam membuat *Direct Channel Business Regulation* untuk mengamankan bisnis Game, menyempurnakan *Master Purchase Agreement Dashboard*, dan menjalankan program peluncuran game melalui kolaborasi dengan Melon dan Games Co sebagai penerbit game pilihan.

Sejalan dengan komitmennya untuk mengembangkan sistem pendidikan Indonesia, Telkomsel menggandeng Universitas Telkom untuk mengembangkan Ekosistem Kampus Digital. Ekosistem ini mendukung inovasi dan pengetahuan

dengan menghadirkan program magang, program *talent pool*, dan pengembangan Program IndonesiaNEXT. Sinergi ini juga mendukung pengembangan program Digitalisasi Indonesia, khususnya sektor pendidikan, berkolaborasi dengan Pijar Mahir, Pijar Sekolah, dan sinergi dengan Kelas Pintar dan Indish.

SINERGI TERKAIT FUNGSI PENDUKUNG BISNIS

Untuk mendukung pengembangan Bisnis Digital, *Open Digital Maturity Model* untuk CFU Mobile telah diimplementasikan, berfokus pada tolok ukur digital yang ada saat ini, tingkat kematangan, transformasi digital dan kinerja organisasi model ini merupakan yang terbaik di kelasnya.

Dalam program CSR Telkomsel, Telkomsel dukung pengembangan IoT untuk Asosiasi IoT Indonesia dengan menggandeng DmobXLab untuk pengujian perangkat untuk proyek *Study from Home*, yang menyediakan akses gratis ke 130 universitas selama pandemi.

Grup Telkom dan Singtel sebagai induk Perusahaan terus berkomitmen untuk mengembangkan dan memperkuat bisnis Legacy Telkomsel dan Layanan Digital barunya.



Tata Kelola Perusahaan

05.

Tata Kelola Perusahaan

Komitmen Telkomsel untuk melaksanakan Tata Kelola Perusahaan (GCG) di seluruh aspek bisnisnya mencerminkan kepatuhan terhadap UU Perseroan Terbatas No. 40/2007 dan beberapa aspek tertentu dari *Sarbanes-Oxley Act* (SOA) yang berlaku di Amerika Serikat, yang harus dipatuhi oleh seluruh jajaran anak usaha PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (TELKOM) karena saham Telkom terdaftar di New York Stock Exchange (NYSE).

Penerapan GCG menjadi kunci dalam memastikan daya saing Perusahaan agar dapat tetap menjadi yang terdepan dalam industri dan mempertahankan posisi kepemimpinannya dalam pasar, serta menciptakan nilai jangka panjang bagi pemegang saham maupun pemangku kepentingan.

Dalam rangka membangun struktur GCG yang kuat di dalam organisasi Perusahaan, terdapat lima prinsip utama yang menjadi pilar implementasi GCG. Kelima prinsip utama itu adalah:

PEDOMAN PERILAKU

Telkomsel telah mengadopsi pedoman perilaku yang sesuai dengan standar nilai dan kode etik tertinggi. Hal ini berlaku bagi seluruh karyawan yang mewakili Perusahaan dan menjadi pedoman bagi mereka dalam melaksanakan tugasnya sehari-hari. Setiap orang yang terkait dengan pedoman perilaku Telkomsel harus patuh pada peraturan hukum dan perundang-undangan yang berlaku dan bertindak serta berperilaku demi melindungi kepentingan Perusahaan. Pedoman perilaku ini memengaruhi cara berpikir dan bertindak para karyawan dan mengatur hal-hal yang dapat atau tidak boleh dilakukan terkait perlindungan aset, pendapatan, serta penyesuaian keuangan di luar dari kebijakan Perusahaan. Ini merupakan bentuk tanggung jawab pribadi dari tiap karyawan untuk mematuhi standar yang diterapkan.

TRANSPARANSI

Prinsip ini diterapkan dalam upaya menyediakan akses yang sama terhadap seluruh informasi Perusahaan baik terkait kinerja keuangan maupun operasional.

AKUNTABILITAS

Jajaran manajemen dan staf dari seluruh level diharuskan untuk mengembangkan prinsip akuntabilitas yang tinggi dalam setiap tindakan dan dalam mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan dengan pemegang saham maupun pemangku kepentingan serta sebagai bagian dari bentuk kepatuhan pada peraturan perundangan yang berlaku.

TANGGUNG JAWAB

Prinsip ini mensyaratkan komitmen dari seluruh unsur Perusahaan untuk menunjukkan integritas dan tanggung jawab dalam proses pengambilan keputusan, melindungi kepentingan serta aset Perusahaan dan pemangku kepentingan, dan melaksanakan manajemen risiko secara menyeluruh untuk menunjang keberlangsungan usaha.

INDEPENDENSI

Kami melaksanakan independensi sebagai sebuah organisasi dengan integritas tinggi agar seluruh anggota manajemen terbebas dari potensi benturan kepentingan dan/atau intervensi dari pihak lain.

KEWAJARAN

Kami menerapkan prinsip ini dalam rangka menjamin perlakuan yang sama bagi pemegang saham maupun pemangku kepentingan, termasuk memberikan peluang yang sama bagi karyawan untuk mengembangkan karier, memperoleh pelatihan dan pendidikan, serta mengakses informasi.

RAPAT UMUM PEMEGANG SAHAM

Sebagaimana telah dinyatakan dalam Anggaran Dasar Perusahaan, Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) merupakan forum tertinggi yang memiliki kewenangan yang tidak diberikan kepada Direksi ataupun Dewan Komisaris, termasuk kewenangan untuk mengambil keputusan terkait aksi korporasi penting dan strategis dan memberikan persetujuan terhadap laporan Dewan Komisaris dan Direksi.

Dalam RUPS, Direksi menyampaikan Laporan Tahunan dan laporan keuangan Perusahaan, menentukan alokasi laba bersih Perusahaan, dan menunjuk auditor independen.

IINDEPENDENSI DEWAN KOMISARIS DAN DIREKSI

Perusahaan menerapkan kebijakan terkait independensi dan potensi benturan kepentingan di antara anggota Dewan, yang mensyaratkan seluruh anggota Dewan Komisaris dan Direksi untuk melaporkan jabatan di perusahaan lain yang berpotensi menimbulkan konflik kepentingan ataupun menimbulkan pelanggaran hukum maupun peraturan yang berlaku. Apabila salah satu anggota Direksi mengalami konflik kepentingan, maka yang bersangkutan, sesuai dengan Anggaran Dasar Perusahaan, harus diwakili oleh anggota Dewan lainnya.

Anggaran Dasar Perusahaan juga menyebutkan bahwa Dewan Komisaris dapat mengambil alih tanggung jawab Direksi jika seluruh anggota Direksi dinilai memiliki konflik kepentingan. Untuk memastikan independensinya, kebijakan Perusahaan mengatur bahwa seluruh anggota Direksi ataupun Dewan Komisaris tidak diperbolehkan memiliki hubungan keluarga dengan anggota lainnya.

DEWAN KOMISARIS

Dewan Komisaris terdiri dari enam anggota dan salah satunya bertindak sebagai Komisaris Utama. Telkom sebagai pemegang saham mayoritas berhak menominasikan empat anggota Komisaris, sedangkan Singapore Telecom Mobile Pte Ltd (Singtel) berhak menominasikan dua anggota Komisaris.

Berdasarkan Keputusan Pemegang Saham, susunan Dewan Komisaris Telkomsel yang berlaku efektif sejak 25 November 2019 adalah sebagai berikut:

Perwakilan Telkom

- Komisaris Utama: Ririek Adriansyah
- Komisaris: Harry Mozarta Zen
- Komisaris: Yose Rizal
- Komisaris: Nanang Pamuji Mugasejati

Perwakilan Singtel

- Komisaris: Paul Dominic O'Sullivan
- Komisaris: Yuen Kuan Moon

Berdasarkan Keputusan Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan, susunan Dewan Komisaris Telkomsel yang berlaku efektif sejak 24 Juni 2020 adalah sebagai berikut:

Perwakilan Telkom

- Komisaris Utama: Ririek Adriansyah
- Komisaris: Heri Supriadi
- Komisaris: Yose Rizal
- Komisaris: Nanang Pamuji Mugasejati

Perwakilan Singtel

- Komisaris: Paul Dominic O'Sullivan
- Komisaris: Yuen Kuan Moon

Berdasarkan Keputusan Pemegang Saham, susunan Dewan Komisaris Telkomsel yang berlaku efektif sejak 2 November 2020 adalah sebagai berikut:

Perwakilan Telkom

- Komisaris Utama: Ririek Adriansyah
- Komisaris: Sutrisno Saidi Tatetdagat
- Komisaris: Yose Rizal
- Komisaris: Nanang Pamuji Mugasejati

Perwakilan Singtel

- Komisaris: Paul Dominic O'Sullivan
- Komisaris: Yuen Kuan Moon

Berdasarkan Keputusan Pemegang Saham, susunan Dewan Komisaris Telkomsel yang berlaku efektif sejak 11 Februari 2021 adalah sebagai berikut:

Perwakilan Telkom

- Komisaris Utama: Wishnutama Kusubandio
- Komisaris: Heri Supriadi

- c. Komisaris: Yose Rizal
- d. Komisaris: Nanang Pamuji Mugasejati

Perwakilan Singtel

- e. Komisaris: Paul Dominic O'Sullivan
- f. Komisaris: Yuen Kuan Moon

Dewan Komisaris bertanggung jawab untuk:

- Melakukan pengawasan terhadap pengelolaan Perusahaan oleh Direksi;
- Melakukan pengawasan terhadap penerapan strategi bisnis jangka panjang Perusahaan;
- Melakukan pengawasan terhadap efektivitas pelaksanaan tata kelola Perusahaan di lingkungan Perusahaan, termasuk manajemen risiko dan pengendalian internal;
- Melakukan pemantauan terhadap kinerja bisnis;
- Memberikan arahan, rekomendasi, dan bimbingan bagi Direksi terkait pengelolaan bisnis Perusahaan.

RAPAT DEWAN KOMISARIS DI TAHUN 2020

Anggaran Dasar Perusahaan menyebutkan bahwa Dewan Komisaris harus mengadakan rapat paling sedikit satu kali dalam setiap tiga bulan, atau kapanpun bila dibutuhkan atas permintaan dari anggota Dewan atau pemegang saham yang mewakili paling sedikit 1/10 dari total saham yang ditempatkan Perusahaan dengan hak suara sah. Dewan Komisaris juga mengadakan rapat gabungan dengan Direksi sebagai bagian dari pelaksanaan tugas pengawasannya.

Dewan Komisaris

Nama	Jabatan	Tingkat Kehadiran
Ririek Adriansyah	Komisaris Utama	4 dari 4
Harry Mozarta Zen	Komisaris	2 dari 2
Nanang Pamuji Mugasejati	Komisaris	3 dari 4
Yose Rizal	Komisaris	4 dari 4
Paul Dominic O'Sullivan	Komisaris	4 dari 4
Yuen Kuan Moon	Komisaris	4 dari 4
Heri Supriadi	Komisaris	1 dari 1
Sutrisno Saidi Tatetdagat	Komisaris	1 dari 1

Direksi

Nama	Jabatan	Tingkat Kehadiran
Setyanto Hantoro	Direktur Utama	4 dari 4
F. M. Venusiana R.	Direktur Network	2 dari 2
Hendri Mulya Syam	Direktur Network	2 dari 2
Heri Supriadi	Direktur Keuangan	2 dari 2
Leonardus Wahyu Wasono Mihardjo	Direktur Keuangan	2 dari 2
Ririn Widaryani	Direktur Sales	4 dari 4
Irfan Ahadi Tachrir	Direktur HCM	2 dari 2

Direksi

R. Muharam Perbawamukti	Direktur HCM	2 dari 2
Edward Ying	Direktur P&T	2 dari 3
Wong Soon Nam	Direktur P&T	1 dari 1
Bharat Alva	Direktur TI	4 dari 4
Goh Hui Min	Direktur Marketing	4 dari 4

KOMITE-KOMITE DI BAWAH DEWAN KOMISARIS

Dewan Komisaris bertugas melaksanakan fungsi pengawasan terhadap hal yang bersifat umum maupun khusus sesuai Anggaran Dasar Perusahaan dan memberikan saran kepada Direksi. Dalam menjalankan fungsinya, Dewan Komisaris dibantu oleh tiga Komite. Komite-komite tersebut adalah:

- Komite Audit
- Komite Remunerasi
- Komite CAPEX, Financing & Management Process (CFMP)

KOMITE AUDIT

Komite Audit membantu Dewan Komisaris dalam memenuhi tanggung jawab untuk melaksanakan fungsi pengawasan terhadap proses pelaporan keuangan, proses pengendalian internal, proses audit internal maupun eksternal, dan proses manajemen risiko. Dalam melaksanakan tugasnya, Komite Audit membangun hubungan kerja yang efektif dengan jajaran Direksi, Manajemen, Auditor Internal maupun Auditor Eksternal. Komite Audit menyelenggarakan rapat paling sedikit 4 (empat) kali setahun, dan dihadiri minimal oleh 2 (dua) anggota Komite Audit, yang terdiri dari 1 (satu)

anggota yang dinominasikan oleh Telkom dan 1 (satu) anggota lainnya dinominasikan oleh Singapore Telecom Mobile Pte Ltd. Komite Audit terdiri dari minimal 3 (tiga) anggota. Anggota tersebut dipilih oleh Dewan Komisaris, dan salah satunya harus memiliki latar belakang kemampuan akuntansi dan/atau audit.

Berdasarkan Keputusan Sirkuler Dewan Komisaris Perusahaan mengenai Penunjukan Anggota Komite Dewan Komisaris, maka anggota Komite Audit Perusahaan sejak 1 Januari 2020 sampai 24 Juni 2020 adalah:

- a. Harry Mozarta Zen sebagai Ketua
- b. Paul Dominic O'Sullivan sebagai Anggota
- c. Nanang Pamuji Mugasejati sebagai Anggota
- d. Agus Suryono sebagai Anggota

Berdasarkan Keputusan Sirkuler Dewan Komisaris Perusahaan mengenai Penunjukan Anggota Komite Dewan Komisaris, maka anggota Komite Audit Perusahaan sejak 24 Juni 2020 sampai 1 Desember 2020 adalah:

- a. Heri Supriadi sebagai Ketua
- b. Paul Dominic O'Sullivan sebagai Anggota
- c. Nanang Pamuji Mugasejati sebagai Anggota
- d. Agus Suryono sebagai Anggota

Berdasarkan Keputusan Sirkuler Dewan Komisaris Perusahaan mengenai Penunjukan Anggota Komite Dewan Komisaris, maka anggota Komite Audit Perusahaan sejak 1 Desember 2020 adalah:

- a. Yose Rizal sebagai Ketua
- b. Heri Supriadi sebagai Wakil Ketua
- c. Paul Dominic O'Sullivan sebagai Anggota
- d. Nanang Pamuji Mugasejati sebagai Anggota
- e. Agus Suryono sebagai Anggota
- f. Sean Slattery sebagai Anggota

Komite Audit menyelenggarakan rapat secara rutin dengan Grup Audit Internal untuk membahas temuan dari proses audit. Pada tahun 2020, Komite Audit mengadakan 4 kali rapat.

Komite Remunerasi

Komite Remunerasi dibentuk untuk membantu Dewan Komisaris dalam memastikan bahwa kebijakan dan skema remunerasi, yang diterapkan atau akan diterapkan di Perusahaan, mampu memberikan penghargaan yang adil kepada Direksi dan karyawan, menarik bagi para kandidat, dan memiliki nilai yang kompetitif untuk memastikan bahwa Perusahaan memiliki sumber daya manusia yang kompeten. Komite Remunerasi terdiri dari minimal 3 anggota dan dipilih oleh Dewan Komisaris. Berdasarkan Piagam Komitenya, Komite Remunerasi harus menyelenggarakan rapat paling sedikit 1 (satu) kali dalam setahun dan dihadiri oleh minimal 2 (dua) anggota.

Berdasarkan Keputusan Sirkuler Dewan Komisaris Perusahaan mengenai Penunjukan Anggota Komite Dewan Komisaris, maka anggota Komite Remunerasi sejak 1 Januari 2020 sampai 24 Juni 2020 adalah:

- a. Yuen Kuan Moon sebagai Ketua
- b. Harry Mozarta Zen sebagai Anggota
- c. Yose Rizal sebagai Anggota
- d. Irfan Ahadi sebagai Anggota

Berdasarkan Keputusan Sirkuler Dewan Komisaris Perusahaan mengenai Penunjukan Anggota Komite Dewan Komisaris, maka anggota Komite Remunerasi sejak 24 Juni 2020 sampai 1 Desember 2020 adalah:

- a. Yuen Kuan Moon sebagai Ketua
- b. Heri Supriadi sebagai Anggota
- c. Yose Rizal sebagai Anggota
- d. Raden Muharam Perbawamukti sebagai Anggota

Berdasarkan Keputusan Sirkuler Dewan Komisaris Perusahaan mengenai Penunjukan Anggota Komite Dewan Komisaris, maka anggota Komite Remunerasi sejak 1 Desember 2020 adalah:

- a. Yuen Kuan Moon sebagai Ketua
- b. Sutrisno Saidi Tatetdagat sebagai Anggota
- c. Nanang Pamuji Mugasejati sebagai Anggota
- d. Raden Muharam Perbawamukti sebagai Anggota

Pada tahun 2020, Komite Remunerasi mengadakan 2 kali rapat.

Komite CAPEX, FINANCING & MANAGEMENT PROCESS (CFMP)

Komite Capex, Financing & Management Process (CFMP) membantu Dewan Komisaris dalam melaksanakan fungsi pengawasan terhadap pelaksanaan belanja modal, proses keuangan, dan proses pengelolaan Perusahaan. Komite CFMP menyampaikan laporan rutin kepada Dewan Komisaris berupa temuan dan rekomendasi. Agar dapat mengkaji secara efektif dan memahami belanja modal dan proses operasional, Komite CFMP harus membangun interaksi yang berkelanjutan dengan jajaran manajemen yang mencakup anggota Direksi.

Komite CFMP melakukan kajian yang mencakup, namun tidak terbatas pada:

- a. Perencanaan dan pengelolaan belanja modal Perusahaan.
- b. Kebijakan dan rencana keuangan Perusahaan.
- c. Pengelolaan kapasitas, rantai pasokan, dan target operasional.

Komite CFMP menyampaikan laporan secara berkala kepada Dewan Komisaris. Laporan tersebut merupakan kesimpulan dari kegiatan, temuan, dan rekomendasi dari Komite CFMP. Komite CFMP terdiri dari minimal 3 anggota. Salah satu anggota komite minimal adalah anggota Dewan Komisaris, yang dinominasikan oleh Telkom dan salah satu lainnya minimal merupakan anggota Dewan Komisaris yang dinominasikan oleh Singtel. Satu anggota Komite lainnya adalah perwakilan Perusahaan yang bertugas untuk merencanakan/memantau belanja modal dan keuangan. Komite CFMP mengadakan rapat rutin berdasarkan jadwal, agenda, dan hasil rapat yang terstruktur. Frekuensi rapat tergantung pada tujuan dan lingkup kegiatan Komite CFMP.

Berdasarkan Keputusan Sirkuler Dewan Komisaris Perusahaan mengenai Penunjukan Anggota Komite Dewan Komisaris, maka anggota Komite CFMP sejak 1 Januari 2020 sampai 24 Juni 2020 adalah:

- a. Harry Mozarta Zen sebagai Ketua
- b. Yuen Kuan Moon sebagai Anggota
- c. Heri Supriadi sebagai Anggota
- d. Era Kamali Nasution sebagai Anggota

Berdasarkan Keputusan Sirkuler Dewan Komisaris Perusahaan mengenai Penunjukan Anggota Komite Dewan Komisaris, maka anggota Komite CFMP sejak 24 Juni 2020 sampai 1 Desember 2020 adalah:

- a. Heri Supriadi sebagai Ketua
- b. Yuen Kuan Moon sebagai Anggota
- c. Leonardus Wahyu Wasono M. sebagai Anggota
- d. Era Kamali Nasution sebagai Anggota

Berdasarkan Keputusan Sirkuler Dewan Komisaris Perusahaan mengenai Penunjukan Anggota Komite Dewan Komisaris, maka anggota Komite CFMP sejak 1 Desember 2020 adalah:

- a. Yose Rizal sebagai Ketua
- b. Heri Supriadi sebagai Wakil Ketua
- c. Yuen Kuan Moon sebagai Anggota
- d. Leonardus Wahyu Wasono M. sebagai Anggota
- e. Lukman Hakim sebagai Anggota
- f. Anna Yip sebagai Anggota (efektif sejak 18 Desember 2020)

Pada tahun 2020, Komite CFMP mengadakan 8 kali rapat.

DIREKSI

Direksi terdiri dari delapan anggota dan dipimpin oleh seorang Direktur Utama. Telkom sebagai pemegang saham mayoritas berhak mengajukan lima anggota Direksi dan Singapore Telecom Mobile Pte Ltd berhak mengajukan tiga anggota Direksi. Berdasarkan Keputusan Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan, komposisi Direksi Telkomsel yang berlaku efektif sejak 31 Mei 2019 adalah sebagai berikut:

Perwakilan Telkom

- a. Direktur Utama: Emma Sri Martini
- b. Direktur Sales: Ririn Widaryani
- c. Direktur Keuangan: Heri Supriadi
- d. Direktur Human Capital Management: Irfan Ahadi
- e. Direktur Network: Iskriyono Windiarjanto

Perwakilan Singtel

- f. Direktur Perencanaan dan Transformasi: Edward Ying Siew Heng
- g. Direktur TI: Alva Bharat
- h. Direktur Marketing: Goh Hui Min (efektif sejak 1 Juli 2019)

Menyusul penugasan baru Emma Sri Martini sebagai Direktur Keuangan PT Pertamina dan pengunduran dirinya pada 25 November 2019, berdasarkan surat Komisaris Utama tertanggal 25 November 2019 dan Keputusan Rapat Direksi tertanggal 26 November 2019, Direktur Keuangan Telkomsel diangkat sebagai Pelaksana Tugas Direktur Utama.

Berdasarkan Keputusan Pemegang Saham, susunan Direksi Telkomsel yang berlaku efektif sejak 13 Januari 2020 sampai dengan 24 Juni 2020 adalah sebagai berikut:

Perwakilan Telkom

- a. Direktur Utama: Setyanto Hantoro
- b. Direktur Sales: Ririn Widaryani
- c. Direktur Keuangan: Heri Supriadi
- d. Direktur Human Capital Management: Irfan Ahadi
- e. Direktur Network: F. M. Venusiana R.

Perwakilan Singtel

- f. Direktur Perencanaan dan Transformasi: Edward Ying Siew Heng
- g. Direktur TI: Alva Bharat
- h. Direktur Marketing: Goh Hui Min

Berdasarkan Keputusan Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan, susunan Direksi Telkomsel yang berlaku efektif sejak 24 Juni 2020 sampai dengan 15 Agustus 2020 adalah sebagai berikut:

Perwakilan Telkom

- a. Direktur Utama: Setyanto Hantoro
- b. Direktur Sales: Ririn Widaryani
- c. Direktur Keuangan: Leonardus Wahyu Wasono Mihardjo
- d. Direktur Human Capital Management: Raden Muharam Perbawamukti
- e. Direktur Network: Hendri Mulya Syam

Perwakilan Singtel

- f. Direktur Perencanaan dan Transformasi: Edward Ying Siew Heng
- g. Direktur TI: Alva Bharat
- h. Direktur Marketing: Goh Hui Min

Berdasarkan Keputusan Pemegang Saham, susunan Direksi Telkomsel yang berlaku efektif sejak 15 Agustus 2020 adalah sebagai berikut:

Perwakilan Telkom

- a. Direktur Utama: Setyanto Hantoro
- b. Direktur Sales: Ririn Widaryani
- c. Direktur Keuangan: Leonardus Wahyu Wasono Mihardjo
- d. Direktur Human Capital Management: Raden Muharam Perbawamukti
- e. Direktur Network: Hendri Mulya Syam

Perwakilan Singtel

- f. Direktur Perencanaan dan Transformasi: Wong Soon Nam
- g. Direktur TI: Alva Bharat
- h. Direktur Marketing: Goh Hui Min

Berdasarkan Keputusan Pemegang Saham, susunan Direksi Telkomsel yang berlaku efektif sejak 11 Februari 2021 adalah sebagai berikut:

Perwakilan Telkom

- a. Direktur Utama: Setyanto Hantoro
- b. Direktur Sales: Hendri Mulya Syam
- c. Direktur Keuangan: Leonardus Wahyu Wasono Mihardjo
- d. Direktur Human Capital Management: Raden Muharam Perbawamukti
- e. Direktur Network: Nugroho

Perwakilan Singtel

- f. Direktur Perencanaan dan Transformasi: Wong Soon Nam
- g. Direktur TI: Alva Bharat
- h. Direktur Marketing: Goh Hui Min

Direksi bertanggung jawab untuk:

- Menjaga pelaksanaan bisnis Perusahaan sehari-hari;
- Menyusun Rencana dan Strategi Bisnis Telkomsel;
- Menyusun anggaran tahunan;
- Menyusun Laporan Tahunan kepada pemegang saham;
- Memastikan bisnis berjalan secara efektif untuk memberikan nilai kepada pemegang saham dan pemangku kepentingan;
- Mewakili Perusahaan dalam menghadapi kasus hukum.

RAPAT DIREKSI DI TAHUN 2020

Rapat Direksi dilaksanakan minimal sekali dalam dua bulan atau kapanpun dibutuhkan atas permintaan anggota Dewan atau anggota Dewan Komisaris atau atas permintaan pemegang saham yang mewakili setidaknya 1/10 dari total saham yang ditempatkan Perusahaan dengan hak suara sah. Direksi juga menyelenggarakan rapat gabungan dengan Dewan Komisaris dalam rangka menyampaikan laporan kinerja keuangan dan operasional Perusahaan serta untuk membahas dan memperoleh persetujuan terhadap agenda Perusahaan. Kuorum atas rapat Direksi adalah empat anggota, termasuk satu Direktur yang dinominasikan oleh setiap pemegang saham Perusahaan yang menguasai minimal 10% saham yang ditempatkan Perusahaan.

Nama	Jabatan	Tingkat Kehadiran
Setyanto Hantoro	Direktur Utama	54
Iskiono Windiarjanto	Direktur Network	1
F. M. Venusiana R.	Direktur Network	29
Hendri Mulya Syam	Direktur Network	24
Heri Supriadi	Direktur Keuangan	30
Leonardus Wahyu Wasono Mihardjo	Direktur Keuangan	25
Ririn Widaryani	Direktur Sales	52
Irfan Ahadi Tachrir	Direktur HCM	29
R. Muharam Perbawamukti	Direktur HCM	25
Edward Ying	Direktur P&T	36
Wong Soon Nam	Direktur P&T	18
Bharat Alva	Direktur TI	55
Goh Hui Min	Direktur Marketing	52

REMUNERASI

Rapat Umum Pemegang Saham berhak menentukan jumlah remunerasi yang akan diterima anggota Dewan Komisaris maupun Direksi berdasarkan rekomendasi dari Komite Remunerasi. Struktur remunerasi bagi Direksi dan Komisaris Perusahaan terdiri dari tiga komponen yaitu kompensasi tetap, kompensasi tidak tetap, serta tunjangan dan fasilitas.

1. **Kompensasi Tetap**
Kompensasi Tetap berupa gaji pokok yang ditetapkan berdasarkan keputusan RUPST.
2. **Kompensasi Tidak Tetap**
Kompensasi Tidak Tetap dibayarkan dalam bentuk bonus tahunan. Keputusan mengenai besaran bonus tahunan ditentukan dalam RUPST.
3. **Tunjangan dan Fasilitas**
Telkomsel memberikan tunjangan seperti kesehatan, perumahan, keanggotaan, komunikasi dan asuransi.

AUDIT EKSTERNAL

Pada pelaksanaan RUPST, pemegang saham Telkomsel memberikan mandat pada Dewan Komisaris untuk menunjuk auditor eksternal. Auditor eksternal bertugas hingga mereka diberhentikan atau mengundurkan diri. Komite

Audit turut mengevaluasi auditor eksternal berdasarkan faktor seperti performa dan kualitas audit mereka serta independensi para auditor tersebut, dan memberikan rekomendasi terkait penunjukan mereka pada Direksi dalam sinergi dengan pemegang saham mayoritas. Untuk mempertahankan independensi auditor eksternal, Telkomsel telah memiliki kebijakan mengenai jenis layanan non-audit yang dapat diberikan auditor eksternal dan proses persetujuan terkait.

Komite Audit juga telah mengkaji layanan non-audit yang diberikan oleh auditor eksternal selama tahun fiskal tersebut dan komisi yang diberikan atas jasa tersebut. Komite Audit merasa puas dengan independensi yang ditunjukkan auditor eksternal yang tidak terganggu oleh penyediaan layanan tersebut. Auditor eksternal juga memberikan konfirmasi terkait independensi mereka kepada Komite Audit.

WHISTLEBLOWING

Telkomsel menerapkan kebijakan yang ketat terkait pelaporan mengenai indikasi pelanggaran (*whistleblowing*). Kebijakan tersebut mengatur mekanisme pelaporan oleh karyawan atau pihak lain mengenai indikasi penyimpangan, perilaku yang tidak etis, tindak korupsi, ketidakjujuran, atau pelanggaran kebijakan pengendalian internal dan pedoman perilaku kepada

Komite Audit Telkomsel. Komite tersebut kemudian akan melakukan investigasi sebagai tindak lanjut dari pelaporan tersebut. Selama pelaporan tersebut dibuat atas dasar itikad baik, Telkomsel memastikan seluruh karyawan yang membuat pelaporan tersebut akan diperlakukan secara adil dan dilindungi dari tindakan balasan. Seluruh keluhan yang disampaikan pelapor ditindaklanjuti oleh tim audit khusus dan hasil investigasi tersebut akan dilaporkan kepada Komite Audit untuk diambil tindakan selanjutnya.

SEKRETARIS PERUSAHAAN

Lingkup tugas Sekretaris Perusahaan adalah untuk memastikan kepatuhan Perusahaan terhadap peraturan perundangan yang berlaku dan mengelola hubungan dengan para pemangku kepentingan atas dasar prinsip-prinsip Tata Kelola Perusahaan, termasuk hubungan dengan karyawan, pemegang saham, institusi pemerintah, publik dan media. Sekretaris Perusahaan mengelola hubungan antara Dewan Komisaris dan Direksi serta hubungan antara sesama anggota Dewan.

Berdasarkan KR 004/HE-01/HC-00/I/2021, ruang lingkup tugas Grup Sekretaris Perusahaan adalah sebagai berikut:

- Memimpin fungsi kesekretariatan Perusahaan dan menjalin hubungan baik dengan para pemangku kepentingan utama.

- Mengelola sarana dan prasarana kerja guna memfasilitasi operasional Perusahaan yang efisien dan efektif.
- Memastikan koordinasi dan pelaksanaan program CSR yang dapat meningkatkan citra Perusahaan.
- Menjaga hubungan baik dengan media massa guna meningkatkan citra Perusahaan yang baik.
- Memastikan seluruh aktivitas yang berhubungan dengan hukum berjalan dengan lancar dan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- Menjaga komunikasi dan hubungan yang efektif dengan regulator untuk mendukung bisnis Telkomsel.
- Memastikan terlaksananya program sinergi dan kemitraan dengan perusahaan induk dan/atau BUMN (Badan Usaha Milik Negara) untuk menciptakan nilai tambah bagi Perusahaan.

HUBUNGAN INVESTOR

Tim Hubungan Investor Telkomsel mewakili komitmen Perusahaan untuk melaksanakan transparansi dan perlakuan wajar terhadap pemegang saham dan pemangku kepentingan. Bersama dengan tim

Hubungan Investor Telkom, tim memfasilitasi berbagai pertemuan dan konferensi dengan para investor institusional yang ada dan potensial, analisis investasi dan pasar, serta komunitas keuangan.

Tim Hubungan Investor bertanggung jawab untuk:

- Mendistribusikan informasi yang akurat dan lengkap mengenai kegiatan bisnis Perusahaan, strategi, dan performa, secara tepat waktu.
- Menerbitkan Info Memo secara kuartalan, yang kemudian akan disisipkan dalam Info Memo yang diterbitkan Telkom secara kuartalan, dan Laporan Tahunan.
- Berpartisipasi dalam berbagai acara korporat seperti *road show* dan konferensi, pertemuan investor dan kunjungan lokasi dengan perusahaan induk.

Pada tahun 2020, tim telah menyelenggarakan lebih dari 190 pertemuan dengan para investor/analisis melalui pertemuan rutin dan konferensi.

Untuk pertanyaan-pertanyaan mengenai kinerja keuangan dan informasi operasional Telkom, kunjungi situs web Telkomsel, www.telkomsel.com atau situs web Telkom, www.telkom.co.id.

Audit Internal

FUNGSI DAN PERAN AUDIT INTERNAL

Fungsi Audit Internal yaitu untuk memberikan kepastian (*assurance*) secara independen dan objektif, khususnya atas efektivitas operasional dan proses tata kelola, risiko, dan pengendalian. Audit Internal bertanggung jawab langsung kepada Komite Audit dan kepada CEO. Dalam mencapai tujuannya, Audit Internal juga bekerja sama dengan Manajemen dalam kegiatan konsultasi internal untuk mendorong praktik manajemen risiko, pengendalian internal, dan tata kelola yang efektif.

Audit Internal menggunakan pendekatan berbasis risiko dalam merumuskan rencana audit tahunannya, yang ditinjau dan disetujui oleh Komite Audit, yang menyelaraskan aktivitas audit internal dengan strategi utama dan risiko di seluruh Perusahaan.

Dalam memastikan bahwa fungsi Audit Internal dijalankan secara efektif, Audit Internal dilengkapi

dengan Piagam Audit Internal yang memuat visi dan misi, kode etik, wewenang dan tanggung jawab yang sesuai dengan standar yang dikeluarkan oleh Institute of Internal Auditor.

PROGRAM DAN PENINGKATAN AUDIT INTERNAL

Pada tahun 2020, Audit Internal melaksanakan beberapa kegiatan yaitu:

1. Penugasan proyek
Terdapat 54 penugasan *assurance* dan konsultasi, yang terdiri dari 14 audit laporan keuangan terintegrasi, 12 audit Teknologi Informasi & Komunikasi, 18 audit *commerce & support*, dan 10 audit berkelanjutan (*continuous audit*), antara lain pada:
 - a. Review pasca-implementasi Sienna.
 - b. Penilaian implementasi IFRS 15 & 16.
 - c. Pengembangan *dashboard* audit berkelanjutan untuk implementasi IFRS 16 untuk memantau transaksi tidak wajar.
 - d. Seleksi spektrum 2300 MHz.
 - e. Pengujian penetrasi pada keamanan TIK yang mendukung lini bisnis kritis.
2. Selama pandemi Covid-19, Audit Internal mengembangkan pendekatan digital dalam setiap aktivitasnya dengan memanfaatkan teknologi dan berfokus pada bidang-bidang yang terkait dengan keamanan TIK dan perlindungan data.
3. Pembaruan terhadap kebijakan dan standar tertentu untuk perbaikan, seperti: Piagam Audit Internal, Pemeringkatan Audit, Rencana Induk Audit Internal, *Audit Universe*, dan Manual Penilaian Tata Kelola Perusahaan yang Baik.

Manajemen Risiko

Industri telekomunikasi selalu berkembang secara dinamis seiring dengan berkembangnya teknologi berbasis digital, perubahan tren pasar, perilaku konsumen, dan regulasi. Oleh karena itu, Telkomsel terus meningkatkan kapabilitas dan memperkuat inovasinya agar selalu menjadi yang terdepan dalam persaingan.

Dalam menjalankan bisnisnya, Telkomsel menghadapi risiko-risiko yang dapat menghambat atau merugikan tujuan Perusahaan. Oleh karena itu, mengidentifikasi, menilai, dan merespons risiko menjadi penting dalam menentukan tindakan atau keputusan yang akan diambil untuk mencapai sasaran Perusahaan.

Pada tahun 2020, Perusahaan telah mengidentifikasi, menilai, dan merespons risiko-risiko tingkat korporat yang dapat mempengaruhi keberlangsungan bisnis, mengimplementasikan *Business Continuity Management System*, dan melakukan *updating* atas proses bisnisnya beserta pengendalian internal yang diperlukan.

RISIKO-RISIKO

Risiko yang telah diidentifikasi, dinilai, dan dimitigasi pada tahun 2020 meliputi:

1. Kegagalan dalam Mengoptimisasi Pendapatan dari Layanan Data dan Digital

Jenuhnya penetrasi *legacy service* terbukti menjadi salah satu tantangan pada saat ini dan diiringi dengan meningkatnya penggunaan layanan data yang terbukti telah memberikan manfaat yang besar dan pengalaman yang berbeda kepada masyarakat. “Digital” menjadi kata kunci bagi pelanggan dalam memenuhi berbagai kebutuhan dan gaya hidup sehari-hari. Telkomsel telah merespons secara positif perubahan pada pasar dan pelanggan tersebut sebagai akibat dari perkembangan teknologi.

Untuk menanggapi hal ini, Perusahaan telah membangun dan mengembangkan berbagai

layanan digital, seperti *Digital Lifestyle*, *Digital Advertising*, *Mobile Financial Service*, *Digital Banking*, dan *Internet of Things*. Perusahaan juga bekerja sama dengan Grup Telkom dan Grup Singtel dalam menyediakan platform digital untuk membangun masyarakat digital Indonesia, sesuai dengan visi Platform Digital Nasional Grup Telkom.

2. Defisiensi Potensial Terkait Implementasi ERP Baru

Perusahaan mentransformasi ERP untuk mengintegrasikan semua sumber dayanya, terutama yang berkaitan dengan fungsi keuangan. Sistem ERP baru diluncurkan pada Februari 2020. ERP baru mencakup tiga aspek: peningkatan proses, teknologi, dan pengembangan kemampuan sumber daya manusia. Transformasi ini akan menghasilkan perubahan dalam proses bisnis dan cara kerja,

Perusahaan juga bekerja sama dengan Telkom Group dan Singtel Group dalam menyediakan platform digital untuk membangun masyarakat digital Indonesia, sesuai dengan visi Platform Digital Nasional Telkom Group.

Selain itu, Perusahaan juga mulai menerapkan agile squads dan RPA (*Robotic Process Automation*) yang diharapkan dapat mempermudah proses, meningkatkan produktivitas, dan memulai perjalanan Perusahaan menuju *intelligent automation*.

terutama karena penerapan konsep “*full paperless*” dan otomatisasi/digitalisasi.

Karena sistem ini baru, sejumlah potensi risiko dapat muncul, seperti ketidaksiapan pengguna atau unit pendukung, data yang belum terintegrasi sepenuhnya, kesalahan program, dan kesalahan konfigurasi. Hal-hal tersebut dapat mengakibatkan gangguan atau keterlambatan operasional seperti dalam transaksi pembayaran, proses pengadaan, dll.

Mitigasi telah dilakukan untuk meminimalkan dampak dari risiko-risiko tersebut, antara lain dengan mengadakan pelatihan dan sosialisasi, penyediaan layanan *helpdesk*, melakukan perubahan organisasi terkait ERP, *updating* proses dan kebijakan bisnis, serta koordinasi intensif antara Keuangan dan TI.

3. Kurangnya Adaptasi Budaya Digital dalam Mendukung Transformasi Digital

Telkomsel telah menyusun hal-hal penting yang harus diperhatikan dalam mendukung keberhasilan upaya Perusahaan menjadi perusahaan telekomunikasi digital. Salah satu tahapan terpenting adalah mengubah pola pikir dan mengembangkan karyawannya.

Telkomsel telah mengidentifikasi kapabilitas dan kompetensi baru yang dibutuhkan, baik dari segi teknologi maupun bisnis, yang saat ini masih belum dimiliki oleh karyawannya.

Tantangan terbesar Telkomsel dalam mengembangkan kapasitas karyawan adalah bagaimana mengubah budaya kerja yang sebelumnya berfokus pada penjualan layanan konektivitas kepada

pelanggan *retail*, menjadi kini melayani pelanggan *wholesale* dari berbagai bidang/industri dengan layanan solusi bisnis.

Beberapa inisiatif yang telah dilakukan oleh Telkomsel untuk memitigasi risiko ini antara lain melalui pelaksanaan diseminasi dan peningkatan kesadaran, restrukturisasi organisasi, peningkatan kapasitas, pembaruan kebijakan, dan penerapan cara kerja digital yang didukung dengan penerapan sistem ERP baru yang *full paperless* dan *digitized*. Selain itu, Perusahaan juga mulai menerapkan *agile squads* dan RPA (*Robotic Process Automation*), yang diharapkan dapat mempermudah proses, meningkatkan produktivitas, dan memulai perjalanan Perusahaan menuju *intelligent automation*.

4. Pandemi Covid-19 Menyebabkan Perubahan Pada Operasional Perusahaan dan Perilaku Pelanggan

Seperti yang telah diprediksi oleh sejumlah lembaga, pandemi Covid-19 yang sedang berlangsung kini semakin meluas. Secara berkepanjangan, pandemi ini telah membuat pertumbuhan ekonomi tertahan, bahkan menyebabkan beberapa sektor mengalami pertumbuhan negatif.

Pandemi Covid-19 telah menyebabkan beberapa perubahan dalam operasional bisnis dan perilaku pelanggan. Banyak pelaku usaha yang kini menerapkan kebijakan *work from home*, diberlakukannya kebijakan PSBB di beberapa daerah, kegiatan pembelajaran jarak jauh yang dilakukan oleh sekolah-sekolah, dan pembatalan perjalanan yang masyarakat terpaksa lakukan akibat pemberlakuan kebijakan *social distancing*. Perubahan tersebut turut berdampak pada aktivitas bisnis dan pengurangan mobilitas yang berakibat pada penghematan biaya dan perubahan prioritas belanja publik.

Perlambatan pertumbuhan ekonomi turut berpengaruh pada daya beli konsumen. Beberapa hal yang berdampak langsung pada kinerja Perusahaan adalah penurunan pendapatan roaming, penurunan RGB dan

ARPU, serta menyusutnya pertumbuhan basis pelanggan. Di sisi lain, Perusahaan melihat peluang melalui meningkatnya penggunaan data dan internet. Selain itu, telah terjadi perubahan perilaku pelanggan dalam melakukan *top up* (pengisian ulang) dari *channel* tradisional ke *channel* modern.

BUSINESS CONTINUITY MANAGEMENT

Dalam menjalankan usahanya, Perusahaan menghadapi potensi gangguan dari kejadian/kondisi yang dapat mengancam keberlangsungan usahanya. Perusahaan mengantisipasi kemungkinan ini dengan mengelolanya sebelum, selama, dan setelah gangguan tersebut terjadi. Perusahaan melakukan hal tersebut dengan menerapkan *Business Continuity Management System* (BCMS).

Kegiatan utama BCMS meliputi tahap perencanaan yang meliputi pengelolaan proyek, review, analisis risiko dan dampaknya, penyusunan rencana keberlangsungan usaha, pengujian dan latihan, penanganan krisis atau bencana, pemulihan, restorasi, serta pemantauan, evaluasi, dan perbaikan proses BCM.

Sehubungan dengan adanya perubahan layanan, restrukturisasi organisasi, dan *updating* standar ISO 22301, pada tahun 2020, Perusahaan juga memperbaharui kebijakan BCMS-nya.

Berkat penerapan BCMS yang efektif, pada tahun 2020 Perusahaan berhasil mengatasi gangguan akibat pandemi Covid-19 serta kebakaran yang terjadi di STO Pekanbaru Centrum. Saat ini Telkomsel sedang bersiap untuk menangani letusan gunung Merapi, Semeru, dan Ili Lewotolok.

PROGRAM PENINGKATAN PENGENDALIAN INTERNAL

Merujuk pada *COSO Internal Control Framework 2013* dan *TM Forum Framework*, Telkomsel terus melakukan penyempurnaan berkelanjutan atas *Business Process* dan *Risk Control Matrix* (RCM) terkait dengan pelaporan keuangan dan operasional, untuk memastikan proses pencapaian target Perusahaan telah didukung dengan proses bisnis yang tepat dan pengendalian internal yang memadai sesuai dengan situasi terkini di Perusahaan yang meliputi perubahan organisasi, regulasi, serta otomatisasi dan penyederhanaan proses.

Penyempurnaan juga dilakukan terhadap persiapan Telkomsel dalam menerapkan standar akuntansi baru, khususnya PSAK 71 dan PSAK 72 yang telah diadopsi dari *International Financial Reporting Standards* (IFRS) 15: *Revenue from Contracts with Customers* dan IFRS 9: *Financial Instruments*, yang berlaku efektif sejak Januari 2020.

Peraturan & Kepatuhan

Selama 25 tahun, Tim Regulatory Management telah menjalankan tugasnya sebagai partner utama Perusahaan, dalam seluruh interaksinya dengan regulator. Kegiatan utama yang berhasil diselesaikan pada tahun 2020 antara lain berkaitan dengan perpanjangan izin pita 800 MHz, 900 MHz, dan 1800 MHz; Uji Coba 5G; serta kegiatan lainnya yang berkaitan dengan regulasi. Dengan demikian, bisnis Telkomsel dipastikan telah berada dalam koridor regulasi yang berlaku agar dapat terus memberikan layanan telekomunikasi digital terbaik kepada seluruh pelanggannya.

PERPANJANGAN IZIN PITA FREKUENSI RADIO 800 MHZ, 900 MHZ, DAN 1800 MHZ

Masa berlaku izin pita frekuensi radio 800 MHz, 900 MHz, dan 1800 MHz (IPFR) Telkomsel untuk 10 tahun pertama berakhir pada Desember 2020. Oleh karena itu, Telkomsel mengajukan permohonan perpanjangan izin untuk periode 10 tahun kedua kepada Menteri Komunikasi dan Informatika. Berdasarkan hasil evaluasi perpanjangan izin tersebut, Kementerian Komunikasi dan Informatika menerbitkan Peraturan Menteri tentang Perpanjangan Izin Penggunaan Pita Frekuensi Radio 800 MHz, 900 MHz, dan 1800 MHz oleh PT Telekomunikasi Selular pada Desember 2020. Dengan lisensi ini, Telkomsel berhak untuk memanfaatkan pita frekuensi 800 MHz, 900 MHz dan 1800 MHz hingga tahun 2030 sehingga Perusahaan akan dapat terus menghadirkan layanan digital terbaik bagi semua pelanggannya di Indonesia.

PEMENUHAN KEWAJIBAN TELKOMSEL KEPADA PEMERINTAH

Pada tahun 2020, Telkomsel dinilai telah memenuhi seluruh kewajibannya kepada pemerintah, antara lain:

- a) Pemenuhan komitmen yang tercantum dalam izin penyelenggaraan jaringan telekomunikasi seluler dan izin penyelenggaraan jasa yang dimiliki, berdasarkan pernyataan Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- b) Pemenuhan pencapaian tingkat komponen dalam negeri (TKDN) teknologi 3G, baik untuk komponen *Capital Expenditure* (CAPEX) maupun *Operational Expenditure* (OPEX). Berdasarkan hasil laporan *self-assessment* Telkomsel atas perhitungan TKDN, pencapaian tersebut berada di atas target yang ditetapkan Pemerintah.
- c) Pemenuhan kualitas layanan jaringan bergerak seluler, baik dari segi layanan maupun jaringan. Telkomsel dinilai telah memenuhi standar minimum pemerintah untuk kualitas jaringan berdasarkan pengukuran yang dilakukan secara independen oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika. Dalam hal kualitas layanan, kepatuhan Telkomsel ditentukan berdasarkan hasil audit/verifikasi Kementerian Komunikasi dan Informatika terhadap data atas seluruh parameter yang disampaikan oleh Telkomsel.
- d) Pemenuhan seluruh kewajiban biaya atas regulasi penggunaan spektrum frekuensi radio (BHP IPFR) sebelum batas waktu yang ditetapkan Pemerintah untuk pita frekuensi 800 MHz, 900 MHz, 1800 MHz, 2100 MHz (*1st carrier*, *2nd carrier*, dan *3rd carrier*), dan pita frekuensi 2300 MHz, yang pembayarannya telah disahkan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- e) Telkomsel telah menyerahkan jaminan pembayaran BHP IPFR untuk tahun berikutnya dalam bentuk *spectrum surety bond* kepada Pemerintah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- f) Telkomsel telah memenuhi seluruh kewajiban pembayaran Biaya Hak Penyelenggaraan Jasa Telekomunikasi (BHP Jastel) dan Kewajiban Pelayanan Universal (KPU/USO) kepada Pemerintah yang nilainya dihitung secara *self-assessment* berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

PENYESUAIAN PERATURAN UNTUK MENDUKUNG IKLIM BISNIS DI BERBAGAI DAERAH

Telkomsel telah memenuhi kewajiban pembayaran retribusi sesuai dengan Undang-Undang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.

Dari seluruh kota/kabupaten yang telah menerbitkan tagihan retribusi pengawasan menara pada tahun 2020, terdapat kenaikan pungutan daerah dan peningkatan jumlah Pemerintah Daerah (Pemda)

yang menyusun Peraturan Daerah tentang Retribusi Pengawasan Menara dibandingkan dengan tahun 2019.

Telkomsel secara aktif berkomunikasi dengan pemerintah pusat dan daerah dalam merumuskan formula tarif retribusi *tower control*, sehingga nilai retribusi pengawasan menara yang akan ditagih berada di kisaran yang wajar dan sesuai dengan amanat peraturan perundang-undangan yang berlaku.

PENDAFTARAN OPERATOR SISTEM ELEKTRONIK (PSE)

Sebagai Penyelenggara Sistem Elektronik Swasta, Telkomsel telah mendaftarkan Sistem Elektroniknya dalam bentuk portal web dan/atau platform digital untuk kegiatan komersial yang dimiliki dan diselenggarakan guna mendukung kegiatan jaringan telekomunikasi dan penyelenggaraan jasa.

Pada tahun 2020, Telkomsel telah memperoleh 25 sertifikat pendaftaran Penyelenggara Sistem Elektronik dari Kementerian Komunikasi dan Informatika, yaitu untuk: telkomsel.com; MyTelkomsel; DigiPOS; ROLi; by.U; MAXstream; Myenterprise; LOOP; Telkomsel mBanking; CloudX; Dunia Games; MyAds; DigiHub; Telkomsel Orbit; Cascade; 99% Usahaku; Klop Telkomsel-Experian; MSIGHT Dashboard; KLOP!; Skul.Id; API Gateway Digicore; Telkomsel Digital Advertising (Digiads); Call Manager; Telkomsel iot; dan TADEx.

Hal ini membuktikan bahwa Telkomsel selalu menjunjung tinggi kepatuhan terhadap regulasi dan mempercepat pertumbuhan digital melalui pengembangan platform digital untuk mendukung penyediaan jaringan dan layanan telekomunikasi bagi masyarakat luas.

UJI COBA TEKNOLOGI IMT-2020 (5G)

Pada tahun 2020, Telkomsel kembali melakukan uji coba yang dilakukan secara berkelanjutan dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika guna mempersiapkan implementasi teknologi 5G di Indonesia.

Pada bulan Oktober dan November 2020 telah diadakan kegiatan uji coba di Bandung untuk menganalisis koeksistensi penggunaan teknologi 5G dan FSS di pita frekuensi 3,5 GHz. Uji coba tersebut melibatkan operator satelit (Telkomsat) dan akademisi (Universitas Telkom) serta pihak terkait lainnya. Dalam uji coba ini, Telkomsel menerapkan beberapa metode untuk meminimalkan interferensi 5G dengan FSS. Hasil uji coba koeksistensi 3,5 GHz ini menjadi salah satu pertimbangan Pemerintah dalam menentukan kebijakan penyebaran teknologi 5G di Indonesia, khususnya di frekuensi 3,5 GHz.

Pada Desember 2020, Telkomsel juga turut mendukung Kementerian Komunikasi dan Informatika



Menteri Komunikasi dan Informatika, Johnny G. Plate, mengamati uji coba 5G VR.

dalam menghadirkan beberapa contoh penggunaan teknologi 5G berupa *Virtual Reality* (VR) yang bertemakan kelautan pada puncak peringatan Hari Nusantara di Ancol, Utara. Jakarta.

TAMBAHAN ALOKASI PITA FREKUENSI 2,3 GHZ

Pemerintah melalui Kementerian Komunikasi dan Informatika pada November 2020 mengumumkan Seleksi Pengguna Pita Frekuensi Radio 2,3 GHz pada Rentang 2360-2390 MHz untuk Kebutuhan Penyelenggaraan Jaringan Bergerak Seluler. Telkomsel dinyatakan sebagai salah satu pemenang tahap seleksi ini berdasarkan Keputusan Menteri. Per Januari 2021, proses seleksi telah dihentikan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika.

SURAT PENDAFTARAN DI OJK UNTUK IMPLEMENTASI INOVASI KEUANGAN DIGITAL (IKD) KLOP!

Untuk memastikan perkembangan bisnis digital yang konsisten, pada Februari 2020 Telkomsel telah tercatat di OJK sebagai Penyelenggara Inovasi Keuangan Digital (IKD) dalam klaster Agregator, sebagaimana tertuang dalam surat Ketua Grup Inovasi Keuangan Digital. Dengan status ini, Telkomsel Klop! kini dapat beroperasi sesuai rencana dan model bisnis yang diusulkan sebelumnya, serta memenuhi persyaratan sesuai Peraturan OJK tentang Inovasi Keuangan Digital di Sektor Jasa Keuangan dan peraturan pelaksanaannya, serta dapat bekerja sama dengan Lembaga Jasa Keuangan (LJK) yang terdaftar dan/atau berizin di OJK.

Di tahun 2020, Telkomsel telah mengikuti rangkaian proses *regulatory sandbox* yang diadakan secara intensif oleh OJK. Layanan yang diberikan oleh Telkomsel diharapkan lolos dan memenuhi berbagai regulasi OJK sehingga status Telkomsel dapat ditingkatkan menjadi *Registered Operator*.

IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PENGENDALIAN PERANGKAT IMEI

Pada April 2020, Menteri Komunikasi dan Informatika menerbitkan Peraturan Menteri

tentang Pengendalian Alat dan/atau Perangkat Telekomunikasi yang terhubung ke Jaringan Seluler melalui Identifikasi *International Mobile Equipment Identity* (IMEI). Berkaitan dengan tingkat kesiapan teknis sistem CEIR, secara operasional, regulasi pengendalian IMEI baru efektif diberlakukan pada 15 September 2020 oleh semua operator.

Peraturan Menteri ini bertujuan untuk melindungi masyarakat dari penggunaan perangkat telekomunikasi yang tidak memenuhi persyaratan teknis dan/atau diperoleh dari hasil tindak pidana serta untuk mencegah/mengurangi peredaran perangkat telekomunikasi yang nomor IMEI-nya tidak terdaftar atau ilegal atau diperoleh dari pasar gelap.

Untuk mengimplementasikan Peraturan Menteri tersebut, saat ini Kementerian sedang menyusun Peraturan Direktur Jenderal (Perdirjen) tentang SOP IMEI sebagai pedoman teknis yang harus ditaati oleh semua operator.

Untuk mengemban amanat PM 1/2020, ATSI dan Pemerintah (Kementerian Komunikasi dan Informatika serta Kementerian Perindustrian) saat ini tengah menyiapkan hibah perangkat CEIR dari ATSI kepada Kementerian Perindustrian.



Telkomsel dan Beberapa Agregator Inovasi Keuangan Digital (IKD) Menerima Surat Pencatatan sebagai Operator IKD dari Ketua Grup IKD OJK.

RANCANGAN PERATURAN PEMERINTAH UNTUK SEKTOR POS, TELEKOMUNIKASI, DAN PENYIARAN

Setelah disahkannya UU Cipta Kerja (UU No. 11 Tahun 2020), Pemerintah menerbitkan Rancangan Peraturan Pemerintah untuk sektor ekonomi utama. Untuk bidang telekomunikasi, Telkomsel telah memberikan masukan untuk mengamankan bisnis Grup Telkom ke depannya.

Direksi telah memberikan arahan atas lima hal penting dari Rancangan Peraturan Pemerintah yang menjadi perhatian utama untuk direspon dan dijadikan bahan pertimbangan kepada Pemerintah. Isu-isu tersebut adalah: Harga Tertinggi, Harga Dasar, dan Kemitraan OTT; Kemitraan dalam Frekuensi Spektrum Radio, Penggunaan Bersama dan Transfer Frekuensi Spektrum; Penggunaan Bersama Infrastruktur (Aktif dan Pasif); Interkoneksi; dan BHP Frekuensi Spektrum Radio.

Kasus Hukum

PERKARA USO TELINFO TUNTAS TERKAIT DENGAN PROYEK USO TELINFO TUNTAS

Konsorsium Telkomsel (Telkomsel dan PT Dayamitra Telekomunikasi) telah menandatangani perjanjian USO Telinfo Tuntas dengan BAKTI (sebelumnya BP3TI). Dalam implementasinya, BAKTI melakukan wanprestasi karena menghentikan proyek USO Telinfo Tuntas, sehingga merugikan konsorsium Telkomsel yang telah melaksanakan kewajibannya dalam membangun dan mengoperasikan Proyek USO Telinfo Tuntas sebagaimana telah diatur dalam perjanjian tersebut.

Perkara ini telah diperiksa dan diputuskan oleh BANI di mana BAKTI telah terbukti secara hukum melakukan wanprestasi dan harus mengganti kerugian konsorsium Telkomsel dalam proyek USO tersebut dengan total sebesar Rp217,7 miliar. Pada November 2019, BAKTI telah membayar sebagian sebesar Rp91,4 miliar kepada konsorsium Telkomsel, yang berarti BAKTI masih memiliki sisa kewajiban sebesar Rp126,3 miliar kepada konsorsium Telkomsel.

Pada bulan Desember 2019, Konsorsium Telkomsel dan BAKTI telah menandatangani kesepakatan nilai ganti rugi yang masih harus dibayarkan oleh BAKTI kepada Konsorsium Telkomsel tersebut di atas.

PERKARA PAJAK UNTUK PERIODE PERPAJAKAN 2014 DAN 2015

Pada bulan Mei dan Juli 2019, Direktorat Jenderal Pajak (DJP) menerbitkan 47 Surat Ketetapan Pajak Kurang Bayar (SKPKB) sebagai hasil dari pemeriksaan masa perpajakan tahun 2014 dan 2015 yang menyatakan bahwa Telkomsel masih memiliki kewajiban perpajakan sebesar sebesar Rp535,4 miliar.

Telkomsel telah mengajukan permohonan banding ke DJP. Berdasarkan permohonan tersebut, DJP telah mengoreksi kekurangan pembayaran tersebut menjadi Rp457,1 miliar. Dalam hal ini, Telkomsel telah menilai dan memastikan bahwa tidak ada kewajiban pajak terutang pada tahun 2014 dan 2015 dan Telkomsel tidak melakukan pelanggaran pajak. Oleh karena itu, pada bulan Agustus dan September 2019, Telkomsel mengajukan kasasi kepada DJP, namun sebagian besar dari isi banding tersebut, sebesar Rp457,1 miliar, telah ditolak oleh DJP. Pada September 2020, Telkomsel mengajukan banding ke Pengadilan Pajak. Kasus tersebut kini sedang diperiksa di Pengadilan Pajak.

PERKARA PIDANA TERKAIT AKSES DAN TRANSFER DATA PRIBADI ILEGAL

Pada Juli 2020, Telkomsel melapor ke polisi terkait dugaan pelanggaran Pasal 30 jo. Pasal 46 dan/atau Pasal 32 jo. Pasal 48 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang melarang akses ilegal ke data pribadi dan/atau transfer ilegal data pribadi ke dalam sistem pihak ketiga yang terjadi akibat pelanggaran sistem/ penyalahgunaan aplikasi secara ilegal, pelanggaran standar prosedur operasional, dan aturan dan regulasi yang berlaku terkait kebijakan privasi data.

Telkomsel sama sekali tidak menoleransi tindakan ilegal yang melibatkan pelanggaran kebijakan privasi data, terutama yang melibatkan pelanggaran sistem atau pelanggaran standar prosedur operasional yang berlaku. Laporan tersebut diajukan karena Telkomsel juga turut menjadi korban dalam kasus ini, dan untuk menunjukkan bahwa Telkomsel sangat prihatin dengan segala masalah yang berkaitan dengan perlindungan privasi data pelanggannya.

Polisi telah menetapkan tersangka dan berkas perkara sudah diteruskan ke Pengadilan Negeri Surabaya. Kasus tersebut kini sedang diperiksa di Pengadilan Negeri Surabaya.



Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

06.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

CSR SEBAGAI LANDASAN VISI & MISI TELKOMSEL

Telkomsel memiliki visi untuk menjadi penyedia layanan dan solusi gaya hidup seluler digital yang terpercaya dan berkelas dunia, serta misi untuk memberikan layanan dan solusi seluler digital yang melampaui ekspektasi pelanggan, menciptakan nilai bagi semua pemangku kepentingan, dan mendukung pembangunan ekonomi bangsa. Untuk itu, berbagai program dan inisiatif CSR yang dilakukan di Telkomsel telah dirancang untuk mendukung pencapaian visi dan misi Perusahaan.

Melalui berbagai program CSR yang dijalankannya, Telkomsel ingin memperkuat posisinya sebagai perusahaan yang inovatif dalam hal teknologi, menghadirkan produk dan layanan untuk membantu mengatasi berbagai permasalahan ekonomi sosial, sekaligus memberikan nilai tambah bagi Indonesia.

SASARAN CSR TELKOMSEL

Dalam melakukan program CSR, Telkomsel memiliki beberapa sasaran, yaitu:

- Memaksimalkan dampak positifnya kepada masyarakat luas.
- Memperkenalkan inovasi terkini dalam bidang teknologi, baik produk atau layanan untuk mengatasi berbagai permasalahan sosial dan dalam saat yang bersamaan meningkatkan tingkat adopsi teknologi di tengah-tengah masyarakat.

- Mendukung transformasinya menjadi perusahaan digital.

STRATEGI DAN KEBERLANJUTAN CSR

Sebagai perusahaan yang beroperasi di banyak lokasi di Indonesia, dan bersentuhan langsung dengan masyarakat luas, Telkomsel secara konsisten memanfaatkan teknologi untuk memberikan dampak positif kepada komunitas masyarakat dalam rangka mendukung keberlanjutan perusahaan di masa mendatang.

Hal ini telah diwujudkan dalam strategi CSR Telkomsel. Dalam rangka mendukung pencapaian sasaran dan targetnya pada tahun 2020, khususnya dengan merujuk pada misinya yakni menjadi perusahaan telekomunikasi digital, Telkomsel telah menetapkan inisiatif strategis untuk membangun platform program CSR berbasis TIK yang efisien, sehingga mampu memberikan dampak berkelanjutan secara jangka panjang. Inisiatif strategis CSR tersebut diwujudkan melalui program CSR yang terbagi dalam empat pilar kategori, yaitu *Education*, *Digital Citizenship*, *Community Empowerment & Wellbeing*, serta *Philanthropy*. Program yang terdapat pada masing-masing pilar di tahun 2020 akan dirinci di bawah ini.

EDUCATION

IndonesiaNEXT



IndonesiaNEXT merupakan salah satu program Masterpiece CSR di bidang pendidikan. Program ini adalah salah satu komitmen Telkomsel untuk mengembangkan kualitas sumber daya manusia di Indonesia. Program ini berupaya meningkatkan keterampilan dan kompetensi generasi muda dalam menghadapi globalisasi dan “new normal”, baik di tingkat nasional maupun internasional. Sejak diinisiasi pada tahun 2016, program ini telah diadakan di 15 kota dengan lebih dari 43.000 peserta dari 1.353 universitas dan 4 Sekolah Menengah Kejuruan, dan menghasilkan lebih dari 4.300 siswa bersertifikasi internasional. Di tahun 2020, menyesuaikan dengan situasi pandemi, IndonesiaNEXT Season 5 hadir untuk pertama kalinya melalui kegiatan belajar *online*. Telkomsel memahami bahwa pandemi telah membawa perubahan drastis dalam kehidupan dan industri yang perlu diantisipasi melalui keterampilan dan kompetensi yang relevan.

IndonesiaNEXT Season 5 menawarkan berbagai sesi pelatihan keterampilan dan sertifikasi yang diarahkan untuk mengatasi tantangan yang timbul di era pasca pandemi, khususnya mengenai VUCA (*Volatility, Uncertainty, Complexity, and Ambiguity*). Program IndonesiaNEXT Season 5 dibagi menjadi 8 tahap yang secara keseluruhan diselenggarakan *online*, yaitu Webinar Series dengan tema *Agile Talent in Crisis*, *Course & Quiz*, *Training & Exam Preparation*, *International Certification*, *Communication Skills Training*, *Area Bootcamp & Qualification Panel*,



National Bootcamp & Qualification Panel, dan Reward Program. Hingga akhir 2020, IndonesiaNEXT season 5 telah diikuti oleh lebih dari 19.000 peserta dari 693 institusi pendidikan di 388 kabupaten/kota di seluruh Indonesia.

Program pembuka Webinar Series diadakan melalui konferensi video dan *streaming video* di platform MAXstream & YouTube. Sebanyak 13 sesi webinar diselenggarakan, menampilkan berbagai pembicara dari Telkomsel dan pakar industri, dengan topik antara lain *data science, user experience design, hingga agile mindset*.



Peserta webinar dapat mengikuti pelatihan self-MOOC (*Massive Open Online Course*) melalui situs web IndonesiaNext.id. Program pelatihan mandiri ini menjadi parameter awal untuk menentukan kompetensi yang ingin mereka

kuasai. Pada akhir tahun 2020, modul pelatihan MOOC telah diakses lebih dari 50.000 kali oleh peserta di seluruh Indonesia.

Tahap selanjutnya bagi peserta yang lulus pelatihan mandiri adalah Pelatihan *Hard Skill* untuk aplikasi Microsoft Office dan Adobe. Pelatihan ini digelar di kelas terbuka sekitar 3-4 hari per sesi, dengan durasi 120-180 menit/sesi/hari. Pada hari terakhir, peserta mengikuti ujian persiapan untuk memilih 100 peserta teratas dari setiap wilayah (dari total hampir 3.800 peserta) untuk mengikuti tahap Sertifikasi Internasional.



Bootcamp & Kualifikasi

Setelah lulus ujian sertifikasi internasional pada tahap pelatihan *hard skill*, 10 talenta terbaik dari masing-masing daerah dipilih untuk berpartisipasi dalam *bootcamp* tingkat area. Parameter yang

digunakan untuk memilih peserta yang memenuhi syarat untuk tahap *bootcamp* adalah peserta yang memperoleh skor tertinggi dalam waktu tercepat di antara peserta lainnya dalam menyelesaikan ujian sertifikasi. Pada *bootcamp* tingkat area ini, talenta terbaik mengikuti pelatihan komunikasi dan presentasi *online*, dan pelatihan tentang industri untuk memasuki babak kualifikasi, dan akan dipilih 3 peserta terbaik di setiap wilayah untuk berpartisipasi dalam *bootcamp* tingkat nasional.

Peserta yang telah berhasil lolos *bootcamp* tingkat nasional akan kembali mengikuti berbagai pelatihan dan pembekalan materi secara *online*, serta akan mempresentasikan ide kepada panelis yaitu *Senior Leaders* Telkomsel, *industry leaders*, praktisi, dan kaum profesional.

Crowning

Virtual Crowning merupakan tahap akhir dari rangkaian program IndonesiaNEXT sebagai bentuk apresiasi terhadap talenta-talenta terbaik yang telah memberikan upaya maksimal dalam menyelesaikan serangkaian kegiatan untuk IndonesiaNEXT Season 5. *Crowning* akan menampilkan *talk show* inspiratif yang menghadirkan pembicara inspirasional bagi mahasiswa, serta talenta terbaik dari acara seremoni penghargaan IndonesiaNEXT Season 5. Penghargaan ini diberikan sebagai bentuk apresiasi dan motivasi bagi seluruh peserta IndonesiaNEXT untuk terus memberikan karya terbaiknya dan menjadi *Agile Talents* yang berkontribusi besar bagi pembangunan Indonesia.

DIGITAL CITIZENSHIP

Internet Baik



Internet telah menjadi urat nadi era digital dan era kebiasaan baru ini, dengan segala bentuk kenyamanan yang diberikan, namun juga membawa sejumlah dampak negatif yang mengkhawatirkan. Beberapa diantaranya adalah maraknya berita hoaks dan misinformasi, *cyberbullying*, konten pornografi, dan penipuan *online*. Masyarakat memerlukan keterampilan untuk dapat memanfaatkan internet dengan bijak dan menghasilkan hal yang positif.

Pada tahun 2016, Telkomsel mulai bekerja sama dengan Yayasan Kita dan Buah Hati, Kakatu, dan ICT Watch, untuk menggelar kampanye edukasi internet bernama BAIK (Bertanggung Jawab, Aman, Inspiratif, dan Kreatif). #internetBAIK merupakan bagian dari program Masterpiece CSR Telkomsel dalam *Digital Citizenship* yang bertujuan untuk menciptakan ekosistem digital yang positif dengan menumbuhkan karakteristik yang diinginkan pengguna sesuai prinsip BAIK.

Kampanye #internetBAIK ini bertujuan untuk menjadi role model dan referensi pendidikan literasi digital di Indonesia melalui konsep *Digital Citizenship Education* (DCE) #internetBAIK, yang terdiri dari:

1. Kesadaran dan Perilaku Digital
2. Hak Digital dan *Netizenship*
3. Keamanan Digital
4. Konten dan Kreativitas Digital

Sejak tahun 2016 hingga hari ini, Telkomsel telah menggelar berbagai kampanye edukasi berupa seminar atau workshop di 27 kota di Indonesia, dari Banda Aceh hingga Jayapura, yang melibatkan 100 sekolah; lebih dari 6.700 siswa, lebih dari 5.800 orang tua, guru, dan komunitas; dan 1.630 duta #internetBAIK. #internetBAIK ini juga mendorong karyawan Telkomsel untuk berpartisipasi dalam program *Training of Trainers* Internet Baik, sebagai bagian dari Partisipasi Sukarela Karyawan.

The NextDev 2020



The NextDev merupakan kontribusi sosial Telkomsel terhadap perkembangan ekosistem digital Indonesia dengan merangsang penggunaan teknologi untuk menciptakan dampak sosial yang positif. Saat ini, Telkomsel telah memberdayakan lebih dari 5.000 perusahaan rintisan di Indonesia melalui inisiatif The NextDev, sejak berdiri di tahun 2015.

The NextDev Hub adalah inisiatif terbaru dari The NextDev untuk memperluas dampak nyata pada pembangunan berkelanjutan ekosistem digital. Berfungsi sebagai wadah kolaborasi dan konektivitas bagi startup digital dari berbagai tingkatan, Hub menjadi acuan

utama berbagai pihak yang ingin berkolaborasi dengan startup digital Indonesia, baik itu BUMN, lembaga komersial, maupun investor, dari Indonesia maupun luar negeri.

Diluncurkan pada Desember 2019, The NextDev Hub terus memperkuat posisinya sebagai inti kekuatan inovasi digital untuk industri kreatif digital di Indonesia kolaborasi dengan Huawei, yang menyelenggarakan webinar mingguan bernama The NextDev Hub X Huawei Webinar Series. Sebanyak 11 webinar dan lokakarya *online* yang membahas berbagai topik seperti tren pasar, optimasi 5G, komputasi awan, *Internet of Things*, *Big Data*, dan *Artificial Intelligence* untuk bisnis, diadakan pada bulan Juni hingga September 2020. Telkomsel mengharapkan inisiatif ini dapat mengembangkan talenta digital yang akan mengakselerasi evolusi ekosistem digital Indonesia.





Inisiatif utama lainnya adalah The NextDev Hub Virtual Talks, yakni serangkaian diskusi panel, webinar, dan lokakarya untuk membantu perusahaan rintisan, pengguna ekosistem digital, pemilik bisnis, dan masyarakat luas untuk menjadi produktif dan inovatif dalam beradaptasi dengan pandemi dan era kebiasaan baru. The NextDev Hub Virtual Talks telah menyelenggarakan 7 webinar yang menguraikan topik seperti iklim industri terkini, manajemen bisnis, dan kemajuan di dunia digital.



The NextDev Summit 2020 merupakan konferensi teknologi tahunan yang menghubungkan para pemangku kepentingan dari berbagai latar belakang, mulai dari penggemar teknologi dan startup hingga komunitas digital kreatif dan investor, untuk mendapatkan pengetahuan dan berkolaborasi dengan key players di bidang konten digital. Pada seri kedua ini, The NextDev Summit 2020 diselenggarakan pada hari terakhir Jakarta Content Week yaitu pada tanggal 15 November 2020. Hal ini memberikan akses dan peluang yang luas bagi industri kreatif Indonesia untuk membawa karya mereka ke pasar yang lebih luas, baik lokal maupun global, sekaligus meningkatkan kesiapan Indonesia untuk menjadi pusat industri kreatif Asia Pasifik. The NextDev Summit 2020 menampilkan pemenang The Future of Content, sebuah kompetisi ide yang bertujuan untuk menghasilkan lebih banyak ide dan inovasi baru di Indonesia. Dari sepuluh ide, tiga teratas telah dipilih: Digiflux adalah platform pemasaran influencer cerdas yang menawarkan solusi dalam merekomendasikan influencer; QATA adalah platform yang membantu UMKM membuat *template copywriting* dengan fitur *drag and drop* dan tata letak siap pakai; sementara Pathway adalah platform yang membantu pembuat konten untuk menemukan ide konten dan meningkatkan *followers* dan *likes*, terutama di Instagram.



Telkomsel menyelenggarakan The NextDev Talent Scouting dan The NextDev Academy untuk menumbuhkan ekosistem digital yang inklusif dan berkelanjutan untuk perusahaan rintisan dan masyarakat. The NextDev Talent Scouting adalah kompetisi skala nasional yang dirancang berdasarkan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan PBB untuk memberikan solusi berbasis teknologi terbaru untuk masalah mendasar di masyarakat.

Pencarian bakat ini terbuka bagi perusahaan rintisan di bidang dampak sosial di seluruh Indonesia. The NextDev Talent Scouting pada tahun 2020 terdiri dari empat kategori: *Envirotech For Better Planet*, *Borderless Digital Economy*, *Healthtech Innovation*, dan *Edtech for All*.



The NextDev Academy menyediakan lahan yang subur untuk mengembangkan perusahaan rintisan di bidang teknologi yang berdampak sosial, berkat kurikulum dan bimbingan komprehensif dari mentor terbaik

di bidangnya masing-masing. The NextDev Academy 2020 diikuti oleh finalis dari The NextDev Talent Scouting 2019. Kurikulum 2020 untuk startup berfokus pada lima bidang utama: Keuangan & Investasi, Pemasaran, Manajemen SDM, Dampak Sosial, dan Deep Tech.

COMMUNITY EMPOWERMENT & WELL-BEING

Digital Creative Millennials



Dalam rangka mendukung UKM lokal selama pandemi, Telkomsel bermitra dengan PTS.sc, penyedia solusi rantai pasokan *end-to-end*, untuk menginisiasi program Digital Creative Millennials (DCM). Program CSR ini menyediakan platform solusi satu atap untuk transformasi bisnis digital UKM Indonesia. Salah satu program CSR unggulan Telkomsel, DCM menggembleng industri kreatif dan mendukung generasi muda di Indonesia untuk menjalankan bisnisnya di kanal digital.

DCM menyelenggarakan webinar dan lokakarya *online* yang berbagi wawasan dari pemilik merek dan menjelaskan teknik yang digunakan para *creativepreneur* terkemuka untuk mengantarkan transformasi digital di berbagai lini bisnis mereka. Kegiatan terakhir DCM adalah Fashion Future Festival (FFFest), pengalaman belanja fashion & apparel *online* 3D/VR pertama yang didukung oleh Telkomsel. Melalui laman web FFFest.co, pengunjung diajak untuk merasakan pengalaman berbelanja virtual yang futuristik dan euforia berbelanja seolah berjalan-jalan di galeri pakaian yang dirancang oleh seniman dan desainer.



Sebanyak 200 merek dari beragam kategori pakaian berpartisipasi dalam DCM dan FFFest. Merek-merek di FFFest yang telah berpartisipasi dalam seri DCM (Webinar dan Workshop) juga telah diintegrasikan ke dalam ekosistem produk digital Telkomsel untuk UKM (MyAds, LinkAja, Majoo, 99% Usahaku).



Baktiku Negeriku



Baktiku Negeriku merupakan program bantuan masyarakat yang berfokus meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui pemberdayaan pendidikan digital. Program ini melibatkan karyawan Telkomsel untuk bekerja sebagai bagian dari Employee Volunteering dalam membangun Digital Center di desa-desa dengan potensi unik dan kapasitas ekonomi digital. Sejak 2017, program Baktiku Negeriku telah memberikan pendampingan kepada 20 desa di seluruh Indonesia. Beberapa program yang telah berjalan adalah aplikasi Baktiku Negeriku, edukasi pembayaran non-tunai, *e-commerce*, fotografi, dan pelatihan manajemen konten untuk mendukung produk lokal dan pengembangan usaha pertanian melalui manajemen digital.



Selaras dengan strategi dan misi Telkomsel untuk memberdayakan masyarakat melalui teknologi dan inovasi, Baktiku Negeriku memberikan panduan jarak jauh melalui aplikasi Baktiku Negeriku yang memperluas akses informasi yang relevan. Sejak dimulai pada tahun 2017, aplikasi Baktiku Negeriku kini melayani pengguna dari 15% dari seluruh kecamatan di seluruh Indonesia. Baktiku Negeriku juga telah berkolaborasi dengan lebih dari 3.900 pengguna dan 200 Agen Perubahan di berbagai desa, yang kini menikmati akses langsung ke informasi digital.



Kegiatan pemberdayaan masyarakat terus diberikan dalam bentuk edukasi online melalui aplikasi Baktiku Negeriku selama pandemi. Materi tersebut membahas isu-isu strategis di pedesaan, seperti pemberdayaan potensi desa, pengelolaan sumber daya alam, dan pengembangan ekonomi masyarakat berbasis desa dan digital. Pada tahun 2020, sebagai bagian dari CSR Telkomsel, Baktiku Negeriku menyumbangkan pupuk dan benih, bibit ikan nila, komputer, dan akses permodalan (melalui LinkAja), serta membangun tempat wisata ikonik.



PHILANTHROPY

Disaster Handling System (TERRA)



TERRA adalah program Masterpiece CSR Telkomsel yang mengerahkan bantuan kemanusiaan ke daerah-daerah yang terdampak bencana alam di Indonesia. Misi TERRA adalah mendirikan posko darurat bencana di lokasi bencana dan membantu mempercepat pemulihan layanan jaringan Telkomsel untuk mendukung kelancaran distribusi komunikasi dan bantuan selama periode paling kritis.



Di usianya yang kesepuluh di tahun 2020, TERRA diperkuat dengan implementasi teknologi untuk mendukung informasi

Baktiku Negeriku juga telah berkolaborasi dengan lebih dari 3.900 pengguna dan 200 Agen Perubahan di berbagai desa, yang kini menikmati akses langsung ke informasi digital.

yang akurat secara *real time*, antara lain dengan memperbarui aplikasi TERRA berbasis Android untuk memastikan validitas dan ketersediaan informasi terkait potensi bencana dan mitigasi bencana dalam skala nasional.

TERRA terus membekali dan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan relawan dan organisasi lingkungan. Contoh utamanya adalah fiturnya yang disebut JAGAT MAPALA (Jaringan Cepat Tanggap Mahasiswa Pecinta Alam), media pelaporan manajemen untuk kewaspadaan bencana. TERRA menyediakan pelatihan JAGAT MAPALA secara *offline*, pengenalan aplikasi untuk relawan, dan pelatihan pusat media, dan webinar lainnya. Sepanjang tahun 2020, TERRA terlibat dalam dua kali evakuasi (banjir di Jakarta dan Masamba) bekerja sama dengan Badan Nasional Penanggulangan Bencana Indonesia (BNPB), dan melakukan tiga sesi pelatihan dan simulasi.

Telkomsel Siaga “Di Rumah Terus Jalankan Kebaikan”

Untuk membantu inisiatif pemerintah dalam penanganan pandemi Covid-19, dan sebagai bagian dari kampanye menyeluruh #diRumahAja, Telkomsel menghadirkan kampanye Lebaran Digital bersama Telkomsel, di mana Telkomsel menyumbangkan 25.000 paket sembako dan multivitamin kepada keluarga kurang mampu, membantu 250 yayasan dan panti asuhan, menyediakan perangkat keagamaan untuk beberapa komunitas, dan melakukan disinfeksi pada 25 masjid agung di seluruh Indonesia. Telkomsel juga mengadakan kontes Keluarga Islam Digital yang terdiri dari Musabaqoh Tilawatil Qur'an, Story Telling, dan Ramadhan Vlog.



Pembagian Hewan Kurban pada Idul Adha 2020

Menyambut Hari Idul Adha 1441 Hijriyah, Telkomsel memberikan 777 hewan kurban kepada 43.000 penerima manfaat di 599 lokasi di seluruh Indonesia. Hewan kurban tersebut terdiri dari 101 ekor sapi dan 676 ekor kambing yang disumbangkan oleh karyawan Telkomsel, dan secara simbolis diserahkan oleh Direktur Utama Telkomsel kepada perwakilan penerima manfaat dari Jakarta, Medan, Surabaya, dan Balikpapan.

Untuk membantu penyaluran donasi, Telkomsel bekerja sama dengan mitra seperti Yayasan Dompot Dhuafa, KitaBisa, Majelis Telkomsel Taqwa, dan perusahaan rintisan digital, Ternaknesia. Ternaknesia merupakan



bagian dari program The NextDev di bidang peternakan, dan keuntungan dari bisnisnya dibagi kepada para peternak dan investor. Melalui aplikasinya, karyawan Telkomsel turut serta melakukan pengadaan hewan kurban tersebut.

Selamat Tinggal 2020 dengan Semangat Baru



Di tengah pandemi Covid-19, Telkomsel terus menanamkan semangat harapan dan kebahagiaan untuk masyarakat kurang mampu, panti asuhan, dan gereja sebagai bagian dari program Natal dan Tahun Baru (NARU) Telkomsel 2020. Melalui program ini, Telkomsel memberikan bantuan kepada 15.000 anak kurang beruntung, serta menyumbangkan makanan dan alat kebersihan kepada 250 yayasan, panti asuhan, dan gereja. Bersama dengan program ini, Telkomsel meresmikan 1.111 BTS USO 4G yang berlokasi di berbagai wilayah perbatasan di Indonesia, dalam rangka mewujudkan komitmen yang kuat untuk mendukung kedaulatan

Indonesia dalam menyediakan akses telekomunikasi. Dalam kesempatan yang luar biasa ini, Telkomsel juga memberikan donasi ke sekolah-sekolah di dekat situs BTS USO-nya.

Telkomsel Kolaborasi dengan Perusahaan Rintisan: Pemberdayaan UMKM Dalam Menanggapi Pandemi Covid-19

Telkomsel berkomitmen menciptakan inovasi yang membantu masyarakat menghadapi pandemi Covid-19 dan hidup di era kebiasaan baru. Telkomsel menjalin kolaborasi strategis dengan dua startup yang pernah mengikuti program The NextDev: Jahitin dan Kostoom. Kedua perusahaan rintisan tersebut memberdayakan UMKM dengan memproduksi alat pelindung diri (APD) bagi tenaga kesehatan dan masker bagi masyarakat. Melalui kerja sama ini, Jahitin menyediakan 12.000 PPEs (pakaian *hazmat*, *face shield*, gaun bedah, penutup sepatu, topi bedah, dan masker) di 30 lokasi di seluruh Indonesia, yang berfokus terutama pada rumah sakit khusus Covid-19, sementara Kostoom membagikan 10.000 masker kain di 20 lokasi di Indonesia untuk masyarakat, tenaga kesehatan dan relawan.



Program Pengentasan Pandemi

Sepanjang pandemi, Telkomsel melakukan berbagai inisiatif di sektor kesehatan dan pendidikan untuk meringankan dampak pandemi, baik secara mandiri maupun melalui upaya kolaboratif.

Di bidang kesehatan, Telkomsel menyalurkan 6.000 PPES yang diserahkan oleh perwakilan kantor cabang di seluruh Indonesia kepada tenaga kesehatan di puskesmas dan rumah sakit khusus Covid-19, serta 3.000 sepatu bot medis, 500 *face shield premium*, 2.000 kacamata pengaman, 2.000 masker medis, 3.000 sarung tangan medis, 2.000 penutup sepatu, dan 250 *thermo-gun* untuk tenaga kesehatan di berbagai lembaga kesehatan di seluruh Indonesia. Telkomsel juga memberikan paket data kepada 10.000 tenaga kesehatan dan relawan, serta mendorong keterlibatan masyarakat dalam berdonasi untuk penyebabnya melalui SMS dan acara Silver Stream Fest Telkomsel.

Sementara itu, inisiatif pembelajaran jarak jauh (Merdeka Belajar Jarak Jauh - MBJJ) bekerja sama dengan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan mewujudkan inisiatif Telkomsel dalam mendukung sektor pendidikan. Hal ini merupakan tindak lanjut dari gerakan #DiRumahTerusMaju Telkomsel yang telah memberikan manfaat besar bagi tenaga kesehatan, pendidik, dan siswa melalui donasi dan paket data, sejak masa awal pandemi.





A black and white photograph of a person rappelling down a rope. The person is wearing a helmet, a harness, and a jacket. They are positioned on the left side of the page, with their body angled towards the right. The background is a blurred forest scene.

Analisis dan Pembahasan Manajemen

07.

TINJAUAN MAKROEKONOMI GLOBAL

Perekonomian global pada tahun 2020 sangat terpuak oleh pandemi Covid-19. Pemerintah di berbagai negara di seluruh dunia segera membatasi mobilitas penduduk secara ketat, sehingga menyebabkan terhambatnya kegiatan ekonomi. Hal ini menyebabkan banyak negara mengalami resesi, terutama di kuartal kedua dan ketiga tahun 2020. Pada kuartal terakhir tahun 2020, ekonomi berangsur pulih seiring dengan relaksasi kebijakan pembatasan mobilitas, yang memungkinkan berbagai kegiatan bisnis bergulir kembali.

Perekonomian global mengalami kontraksi sebesar 4,3% pada tahun 2020 tetapi diperkirakan akan kembali tumbuh positif di tahun 2021. Rata-rata analisis pasar telah memperkirakan pada tahun 2021 pertumbuhan PDB global akan tumbuh sebesar 4,0%. Pertumbuhan ini telah, dan akan, diraih berkat langkah-langkah stimulus yang diimplementasikan secara masif sepanjang tahun 2020. Meskipun begitu, lembaga-lembaga ekonomi global termasuk Bank Dunia dan IMF memprediksi

pemulihan akan lebih lambat dibandingkan dengan harapan banyak pihak. Memasuki tahun 2021, kasus Covid-19 terus berlanjut dengan menyebarnya varian baru yang lebih ganas di seluruh dunia, bersamaan dengan program vaksinasi yang dilaksanakan secara luas oleh pemerintah di banyak negara.

TINJAUAN EKONOMI INDONESIA

PDB Indonesia terkontraksi sebesar 2,07% pada tahun 2020. Kontraksi tersebut merupakan yang pertama kali terjadi setelah krisis keuangan Asia di tahun 1998. Nilai total investasi dalam negeri menyusut sebesar -4,1% pada tahun 2020. Bank Indonesia merespons kemungkinan terjadinya resesi dengan menurunkan suku bunga acuan sebanyak enam kali sejak Januari 2020, ke level 3,50% pada saat laporan ini ditulis. Di tengah meningkatnya keprihatinan akan terjadinya krisis utang yang substansial karena banyak pelaku bisnis yang tidak dapat beroperasi secara maksimal—dan akibatnya banyak yang terancam bangkrut—OJK sebagai otoritas keuangan negara memberlakukan kebijakan *countercyclical* dampak penyebaran Covid-19 dengan melakukan restrukturisasi utang,

yang terbukti sangat efektif dalam memperbaiki situasi ini.

Potret ekonomi Indonesia, yang telah terdampak berat pada kuartal kedua dan ketiga tahun 2020, terlihat membaik di akhir tahun. Kemudian, pada awal kuartal kedua tahun 2021, dunia usaha di dalam negeri beranjak pulih, seiring dengan dimulainya program vaksinasi Covid-19 nasional. Investasi kembali bangkit, dan diharapkan dapat tumbuh lebih dari 3% pada tahun 2021. PDB juga diperkirakan akan tumbuh dalam kisaran 4% hingga 5%, berdasarkan pemerintah dan IMF.

TINJAUAN BISNIS DAN PROSPEK INDUSTRI

Industri telekomunikasi dalam satu dekade terakhir ini menjadi landasan bagi kemajuan sosial dan ekonomi, baik di Indonesia maupun di seluruh dunia. Saat ini Indonesia memiliki pasar TIK yang terbesar dan tumbuh paling cepat di Asia Tenggara. Namun, industri telekomunikasi tidak luput dari dampak pandemi. Tantangan terbesar untuk industri telekomunikasi di tahun 2020 datang dari daya beli agregat

Terlepas dari tantangan yang kompleks pada tahun 2020, Telkomsel berhasil mempertahankan kinerjanya, dengan mencatatkan Pendapatan, EBITDA, dan Laba Bersih yang solid, serta profitabilitas yang sehat.

yang lebih lemah dan belanja konsumen yang lebih rendah di tengah krisis.

Situasi ini semakin diperburuk oleh persaingan pasar di industri yang semakin ketat, sehingga memaksa penyedia layanan telekomunikasi untuk memikirkan ulang struktur harga layanan data seluler mereka, karena Data telah mengambil alih bisnis *legacy* di industri ini dan menjadi segmen intinya. Persaingan sengit ini akhirnya berdampak pada pendapatan dan profitabilitas para pelaku industri.

Sementara para penyedia layanan telekomunikasi menghadapi pelemahan ekonomi secara keseluruhan sebagai dampak Covid-19, bisnis layanan telekomunikasi di Indonesia pada tahun 2020 terdorong oleh pergeseran digital yang terjadi di semua sektor ekonomi secara masif. Kebanyakan bisnis terpaksa beroperasi dari jarak jauh untuk membatasi mobilitas karyawan dan melindungi keselamatan mereka, sejalan dengan protokol keselamatan dan kesehatan Covid-19 dari pemerintah. Hanya dalam hitungan minggu, jutaan orang harus beralih dari melakukan banyak hal yang secara tradisional dilakukan secara *offline*, seperti berbelanja, bekerja, belajar, bahkan bersosialisasi, menjadi secara *online*, yang dilakukan secara aman dari rumah masing-masing. Fenomena ini membuat permintaan koneksi internet yang cepat dan andal melonjak, dan pada akhirnya, kebutuhan kuota data yang memadai pun meningkat.

Telkomsel menanggapi dinamika pasar ini dengan inisiatif taktis tertentu yang ditujukan

untuk mempertahankan posisi terdepanya di industri. Telkomsel memberikan dukungan pada program pemerintah untuk memitigasi pandemi dengan menawarkan beragam pilihan paket berkualitas untuk melayani berbagai kebutuhan masyarakat agar tetap terhubung dan produktif, memungkinkan jutaan pelanggannya untuk bekerja dan belajar dari rumah, dan tetap terhubung satu sama lain meskipun terpisah secara fisik. Pada saat yang sama, Telkomsel terus memperkaya ekosistem digitalnya dan meningkatkan kemitraan, baik dengan pemain kunci di bidangnya maupun mitra strategis lainnya, untuk memperkuat keterlibatan dan memperluas cakupan penawaran digitalnya.

Bagi tenaga kerjanya sendiri, Telkomsel telah menerapkan protokol kesehatan yang ketat sejalan dengan kebijakan pembatasan sosial dari pemerintah untuk mencegah penyebaran Covid-19 di antara para karyawan dan keluarganya. Telkomsel juga menyediakan berbagai fasilitas untuk memastikan kinerja mereka tidak terganggu selama pandemi.

GAMBARAN UMUM KINERJA 2020

Terlepas dari tantangan yang kompleks pada tahun 2020, Telkomsel berhasil mempertahankan kinerja dengan mencatatkan Pendapatan, EBITDA, dan Laba Bersih yang solid, serta profitabilitas yang sehat. Secara kuartalan, Telkomsel kembali mencatatkan pertumbuhan, seperti yang ditunjukkan oleh kenaikan di kuartal terakhir tahun 2020. Di aspek non-finansial, Telkomsel berhasil membukukan 169,5 juta pelanggan yang lebih produktif

dan lebih terlibat, seperti yang ditunjukkan oleh pertumbuhan jumlah pengguna Data, *payload* per pengguna Data, dan ARPU Data. Telkomsel juga terus memperkuat jangkauan & kualitas jaringan dengan meningkatkan jumlah BTS yang dioperasikan, dengan 78% di antaranya adalah BTS 3G/4G. Bisnis Digital membukukan pertumbuhan 7,0% YoY, didorong oleh kinerja Data, yang menyumbang 71,6% dari total pendapatan, meningkat dari 63,9% pada tahun sebelumnya. Telkomsel berkomitmen untuk menerapkan hasil standar PSAK 72 (adopsi dari IFRS 15) untuk mencapai kepatuhan regulasi dengan transparansi yang lebih tinggi dan kontrol atas operasi.

KINERJA OPERASIONAL

Per Desember 2020, Telkomsel berhasil membukukan 169,5 juta pelanggan dan menunjukkan tren positif dalam keterlibatan pengguna dengan meningkatnya jumlah pengguna Data, *payload* per pengguna Data, dan ARPU Data yang selaras dengan strategi Perusahaan di bisnis Data.

Telkomsel terus meningkatkan dan memperkuat platform IT-nya untuk meningkatkan kemampuan analisis pelanggan, agar dapat mendigitalisasi dan menyediakan lebih banyak produk yang dipersonalisasi bagi pelanggan. Lebih lanjut lagi, kapabilitas digital pun terus ditingkatkan dan diperluas, agar dapat memberikan pengalaman digital yang unik bagi setiap pelanggan.

Pengembangan jaringan secara berkesinambungan untuk mendukung fokus pada Bisnis Digital diwujudkan dengan pembangunan BTS 4G secara

agresif. Mengingat Telkomsel telah menjangkau sebagian besar penduduk Indonesia dengan jaringan 4G LTE, pembangunan ini juga akan mengutamakan kualitas dan kapasitas. Pengembangan jaringan menghasilkan jumlah total BTS *on-air* menjadi 231.172 unit pada akhir Desember 2020, atau meningkat 8,9% YoY. Sebanyak 180.920 unit merupakan BTS 3G/4G (tumbuh 11,7% YoY).

KINERJA KEUANGAN

Pendapatan

Seiring dengan fase transisi alami dari bisnis *Legacy* ke *Data*, serta sebagai dampak dari kanibalisasi layanan OTT, bisnis *Legacy* Telkomsel melambat dengan pendapatan *Voice* turun sebesar 29,1% YoY menjadi Rp18.994 miliar dan penurunan lalu lintas *Voice* sebesar 15,5% YoY, serta Pendapatan SMS menurun 39,9% YoY menjadi Rp2.388 miliar dan lalu lintas SMS menurun sebesar 27,2% YoY. Telkomsel telah mengatasi tantangan ini dengan secara konsisten mengembangkan ekosistem digital dan menciptakan inisiatif strategis yang dipercaya akan mendukung peningkatan layanan dan solusi digital.

Bisnis Digital tetap menjadi mesin pertumbuhan sebagai perusahaan telekomunikasi digital yang terdepan di Indonesia didukung oleh fokus untuk mempertahankan dominasi dalam pasokan jaringan. Segmen ini mencatatkan kinerja positif dengan pertumbuhan sebesar 7,0% YoY menjadi Rp62.328 miliar dan meningkatkan kontribusinya ke pendapatan total menjadi 71,6% dari 63,9% pada tahun sebelumnya. (Pra-PSAK 72, pertumbuhan Bisnis Digital adalah 10,9% YoY dengan kontribusi sebesar 74,2% ke pendapatan total.)

Pendapatan dari *Data* tumbuh sebesar 8,3% YoY menjadi Rp54.766 miliar, didorong oleh 115,9 juta pengguna *Data* (+ 5,2% YoY) & perangkat berkemampuan 3G/4G sebanyak 127,3 juta (+ 6,7% YoY & tingkat penetrasi 75,1%) serta *payload* *Data* yang tumbuh sehat (+43,8% YoY menjadi 9.654.742 TB).

Dengan kebutuhan pelanggan yang berkembang pesat dan transformasi yang terjadi di masyarakat, Telkomsel berkomitmen untuk meningkatkan penawaran produk dan kemampuan digital yang lebih dari sekadar konektivitas, sehingga dapat terus fokus pada kebutuhan pelanggan dan pertumbuhan jangka panjang yang didukung oleh kualitas jaringan.

- Inisiatif terkait konten video, musik, dan *game* termasuk meningkatkan posisi MAXstream dalam industri *video streaming* dengan lebih dari 6 juta pengguna aktif bulanan melalui kemitraan dengan HBO Go dan juga kemitraan lain dengan OTT seperti Disney+.
- Menambah fungsi by.U, produk prabayar yang sepenuhnya digital dengan menawarkan layanan terintegrasi berdasarkan aplikasi digital yang dapat disesuaikan dengan pertumbuhan pelanggan yang positif, mencapai 1,4 juta pelanggan.
- Mengembangkan Telkomsel Orbit, layanan internet nirkabel rumahan sebagai upaya untuk memanfaatkan kapasitas jaringan yang kuat dengan lebih dari 30 ribu pelanggan.
- Menjelajahi peluang dengan membuka kapabilitas/aspek digital melalui inisiatif digital baru untuk memenuhi kebutuhan pelanggan & membawa nilai dalam era kebiasaan baru, dengan tujuan tidak hanya untuk melengkapi konektivitas tetapi juga menemukan/menjelajahi komponen kunci pertumbuhan. Layanan potensial semakin diperkaya dengan inisiatif terkait dengan *health-tech*, *edu-tech*, *gaming*, konten video, *fintech*, serta layanan pendukung segmen B2B.

Dalam miliar (Rp)	2020	2019	Pertumbuhan
Pendapatan	87.103	91.088	-4,4%
Legacy	24.775	32.852	-24,6%
Bisnis Digital	62.328	58.237	7,0%
Beban Usaha termasuk Depresiasi & Lainnya	54.000	56.134	-3,8%
EBITDA	51.094	49.218	3,8%
Margin (%)	58,7%	54,0%	4,6ppt
Laba Bersih	25.062	25.799	-2,9%
Margin (%)	28,8%	28,3%	0,4ppt
Proporsi Bisnis Digital (%)	71,6%	63,9%	7,6ppt

Bisnis Digital tetap menjadi mesin pertumbuhan sebagai perusahaan telekomunikasi digital yang terdepan di Indonesia dengan fokus mempertahankan dominasi dalam pasokan jaringan.

Dampak PSAK 72 pada Pendapatan Legacy dan Bisnis Digital

Angka yang Dilaporkan & Pra-PSAK 72	YoY				
	FY20	FY20*	FY19	Pertumbuhan	Pertumbuhan*
Total Pendapatan	87.103	87.107	91.088	-4,4%	-4,4%
Pendapatan Legacy	24.775	22.511	32.852	-24,6%	-31,5%
Legacy terhadap Total Pendapatan	28,4%	25,8%	36,1%	-7,6ppt	-10,2ppt
Pendapatan Bisnis Digital	62.328	64.596	58.237	7,0%	10,9%
Bisnis Digital terhadap Total Pendapatan	71,6%	74,2%	63,9%	7,6ppt	10,2ppt

*Angka Pra-PSAK 72

- Penerapan hasil standar baru PSAK 72 mengharuskan alokasi bundel produk ke jenis layanan yang berbeda berdasarkan Harga Jual *Stand-alone* dengan pengakuan pendapatan berdasarkan pemenuhan kewajiban kinerja (contohnya penggunaan).
- Karena penerapan hasil standar PSAK 72 lebih pada proses pencatatan dan alokasi, tidak terdapat perubahan fundamental kinerja, dengan angka Pendapatan, EBITDA, dan Laba Bersih yang sama.
- Telkomsel berkomitmen untuk menerapkan hasil standar PSAK 72 untuk mencapai kepatuhan regulasi dengan transparansi yang lebih tinggi dan kontrol atas operasi.

Beban Usaha

Di tahun 2020, total beban usaha termasuk depresiasi, amortisasi, dan lainnya turun sebesar 3,8% YoY menjadi Rp54.000 miliar. Hal ini sejalan dengan inisiatif untuk mengelola biaya, dengan beban Operasi & Pemeliharaan yang lebih rendah (desain dan teknologi jaringan yang efisien) sambil terus melakukan pengembangan jaringan hingga mencapai 231 ribu unit BTS (+8,9% YoY) dan melakukan optimalisasi aset yang sudah ada untuk menjaga tingkat profitabilitas yang sehat dengan Margin EBITDA sebesar 58,7% (+4,6ppt YoY).

Telkomsel berhasil mengelola biaya secara berbeda dan logis melalui berbagai inisiatif yang menghasilkan rasio produktivitas yang lebih efisien dalam industri seperti basis pelanggan/BTS yang lebih tinggi dan pendapatan/BTS dengan biaya OM/BTS yang lebih rendah.

Penurunan total beban usaha juga dikontribusikan oleh beban sewa menara dan ruangan yang lebih rendah dalam Operasi & Pemeliharaan, digabungkan dengan sewa yang lebih rendah dalam Administrasi Umum, sebagai dampak dari penerapan hasil standar PSAK 73 (adopsi IFRS 16).

Posisi Keuangan

Dalam miliar (Rp)	2020	2019	Pertumbuhan
Laporan Posisi Keuangan Konsolidasian			
Aset Lancar	19.488	18.657	4,5%
Aset Tidak Lancar	84.164	64.073	31,4%
Total Aset	103.652	82.730	25,3%
Liabilitas Lancar	28.997	20.892	38,8%
Liabilitas Tidak Lancar	23.568	12.629	86,6%
Ekuitas	51.088	49.209	3,8%
Total Liabilitas & Ekuitas Pemegang Saham	103.652	82.730	25,3%

- Aset Lancar yang lebih tinggi terutama disebabkan oleh kas dan setara kas yang lebih tinggi, sedangkan Aset Tidak Lancar yang lebih tinggi terutama disebabkan oleh peningkatan Aset Tetap serta dampak dari penerapan hasil standar PSAK 73.
- Liabilitas Lancar dan Tidak Lancar yang lebih tinggi terutama disebabkan oleh peningkatan kewajiban sewa serta dampak penerapan hasil standar PSAK 73.
- Ekuitas yang lebih tinggi terutama disebabkan oleh peningkatan laba ditahan.

Arus Kas

Dalam miliar (Rp)	2020	2019	Pertumbuhan
Arus Kas dari Aktivitas Operasi	39.770	41.478	-4,1%
Arus Kas untuk Aktivitas Investasi	(10.923)	(13.448)	-18,8%
Arus Kas untuk Aktivitas Pendanaan	(6.976)	439	N/A
Pembayaran Dividen	(21.301)	(26.382)	-19,3%
Peningkatan Bersih Kas dan Setara Kas	571	2.087	-72,7%
Kas & Setara Kas pada Awal Tahun	8.583	6.497	32,1%
Kas & Setara Kas pada Akhir Tahun	9.154	8.583	6,6%

- Penurunan kas bersih yang dihasilkan dari aktivitas operasi per akhir Desember 2020 terutama disebabkan oleh total penerimaan kas dari pendapatan usaha yang lebih rendah.
- Arus kas yang digunakan dalam aktivitas investasi menurun karena inisiatif dalam melakukan penyesuaian baru untuk mengantisipasi dan memprioritaskan kembali Belanja Modal akibat pandemi Covid-19.
- Peningkatan kas bersih yang digunakan untuk aktivitas pendanaan (tidak termasuk Dividen) terutama dikontribusikan oleh penerapan hasil standar PSAK 73 yang sebelumnya memasukkan kas sebagai bagian dari aktivitas operasi, sementara pada tahun 2020 dilaporkan sebagai bagian dari aktivitas pendanaan.

Profil Utang

Per tanggal 31 Desember 2020, total utang Telkomsel yang belum dibayar mencapai Rp2.000 miliar, yang berasal dari fasilitas kredit terstruktur/berulang (*revolving*) dan akan jatuh tempo pada tahun 2021. Per tanggal 31 Desember 2020, Rasio Utang terhadap Ekuitas (DER) Telkomsel mencapai 3,9% (tidak termasuk kewajiban sewa pembiayaan) atau 55,4% (termasuk kewajiban sewa pembiayaan).

Uraian	Mata Uang Lokal (Rp miliar)	Jumlah Ekuivalen (Rp miliar)
% dari Total Pinjaman	100%	100%
Jatuh Tempo Pinjaman 2021	2.000	2.000

Telkomsel senantiasa mempertahankan beberapa perjanjian atau kondisi keuangan terkait utang/pinjamannya. Per tanggal 31 Desember 2020, perjanjian atau kondisi tersebut adalah sebagai berikut:

Kondisi yang Harus Dipertahankan	Disyaratkan	Aktual
EBITDA terhadap <i>Debt Service</i>	$\geq 1,25$	4,97
Utang terhadap <i>Tangible Net Worth</i>	$\leq 2,00$	0,04

Catatan: Utang dalam perjanjian tidak termasuk kewajiban sewa pembiayaan.

Kualitas Kredit (Peringkat)

Telkomsel memiliki kualitas kredit yang sangat baik dan merupakan salah satu perusahaan dengan peringkat kredit tertinggi di Indonesia. Peringkat Telkomsel yang terakhir diterbitkan oleh Fitch Ratings Indonesia adalah sebagai berikut:

Uraian	Peringkat	Proyeksi	Tanggal Penerbitan
Fitch Ratings Indonesia	AAA (<i>National Long-Term</i>)	Stabil	3 November 2020

Rasio Keuangan

Profil keuangan Telkomsel yang kuat tercermin dalam beberapa rasio keuangan utama sebagai berikut:

Uraian	2020	2019	Pertumbuhan	2020*	2019*	Pertumbuhan*
Rasio Utang terhadap Ekuitas (%)	3,9	12,2	-8,3ppt	55,4	18,5	36,9ppt
Rasio Utang terhadap EBITDA (kali)	0,08	0,14	-47,2%	0,54	0,21	150,8%

*) Perhitungan rasio utang termasuk kewajiban sewa pembiayaan.

Uraian	2020	2019	Pertumbuhan
Imbal Hasil atas Aset	26,9%	31,2%	-4,3ppt
Imbal Hasil atas Ekuitas	50,0%	51,4%	-1,4ppt

INVESTASI MASA DEPAN

Telkomsel terus menjelajahi peluang bisnis baru untuk dapat meningkatkan nilainya di masa depan. Momentum ini merupakan wujud reputasi Telkomsel sebagai perusahaan telekomunikasi digital terdepan di Indonesia. Dengan pengalaman sepanjang 25 tahun, Telkomsel telah berkembang mengikuti perkembangan zaman. Telkomsel telah dengan mahir beradaptasi dan meningkatkan ketangkasan bisnisnya, agar selalu mampu memberikan layanan yang merata dan dapat diandalkan oleh basis pelanggan yang tersebar luas di seluruh negeri.

Telkomsel membina ekosistem digital yang inklusif dan berkelanjutan melibatkan pihak-pihak unggulan dan relevan di industrinya. Lebih dari sekadar telekomunikasi, Telkomsel mengincar beberapa bidang untuk dikembangkan. Secara bertahap, keterlibatan ini akan dijamin ke dalam rencana perluasan portofolio strategis.

Saat ini Telkomsel berinvestasi dalam arena-arena utama berikut:

- LinkAja, yang sahamnya dimiliki oleh Telkomsel sebesar 24,33%, sekarang menjadi pemain utama dalam ekosistem pembayaran digital di Indonesia yang sedang tumbuh pesat. Proyek kolaboratif ini melayani kebutuhan masyarakat yang terus berkembang di era digital. Pada saat yang sama, LinkAja berusaha meningkatkan kemandirian digital dan kualitas hidup bangsa Indonesia. LinkAja telah memperoleh investasi dari Grab Holdings Inc. dan PT Aplikasi Karya Anak Bangsa (Gojek), masing-masing di bulan Oktober 2020 dan Maret 2021.

- Perjanjian jual beli antara Telkomsel dan Mitratel, sebuah perusahaan afiliasi, berlangsung pada bulan Oktober 2020, berkenaan dengan pengalihan 6.050 menara telekomunikasi senilai Rp10,3 triliun. Selanjutnya, Telkomsel menjalani masa sewa selama 10 tahun untuk penggunaan menara-menara tersebut, yang disepakati di bulan Februari 2021. Dengan ini, Telkomsel dapat menjalankan operasinya secara efektif dan mengoptimalkan struktur modalnya sehingga dapat fokus pada bisnis intinya, yakni menyediakan layanan konektivitas digital.
- Telkomsel berinvestasi sebesar USD150 juta di Gojek pada bulan November 2020, yang menunjukkan komitmen Telkomsel untuk menjelajahi bisnis baru di luar konektivitas. Investasi ini juga meningkatkan inovasi digital Telkomsel agar dapat mempercepat keterlibatan dalam ekosistem digitalnya dan meningkatkan penawaran *Broadband* serta *Digital Service* Telkomsel melalui sinergi inisiatif bisnis, sumber daya, dan kemampuan dengan Gojek. Sebagai bagian dari investasi awal senilai USD150 juta, Telkomsel dan Gojek juga menandatangani perjanjian kolaborasi dan pilihan investasi lanjutan yang menunjukkan rasa saling percaya dari kedua belah pihak atas nilai sinergi yang dapat diwujudkan dari kolaborasi Telkomsel dan Gojek. Ke depannya, baik Telkomsel maupun Gojek akan bekerja sama lebih jauh lagi untuk menumbuhkan bisnis kedua belah pihak.

Di luar ketiga arena ini, Telkomsel juga akan berupaya untuk memanfaatkan pertumbuhan Data dan *Digital Service* dengan mengembangkan layanan miliknya, misalnya, *Digital Advertising*, *IoT*, *Big Data*, dan *Digital Lifestyle*. Untuk mencapai hal tersebut, Telkomsel akan memperkuat kemampuan aset yang sudah ada melalui kemitraan dengan pemain kunci di industri digital.

PROSPEK BISNIS DAN SASARAN 2021

Telkomsel memulai tahun 2021 dengan optimisme akan perannya dalam menghubungkan seluruh bangsa melalui cakupan jaringan yang unggul, serta produk-produknya yang sangat terjangkau dan tersedia luas. Walaupun Telkomsel secara pesat menjadi yang terdepan dalam industri telekomunikasi di Indonesia dengan mengakuisisi bisnis baru dan meningkatkan penawaran layanannya, Telkomsel juga bertujuan untuk terus menjadi *enabler* yang esensial dalam kehidupan dan aktivitas sehari-hari pelanggannya, tetap setia pada reputasinya yang sejak lama dikenal sebagai perusahaan telekomunikasi “yang paling Indonesia”.

Dalam upayanya untuk menjadi perusahaan telekomunikasi yang sepenuhnya digital, ekosistem Telkomsel sedang ditingkatkan dan diperluas secara strategis, dengan berbagai aliran layanan baru diintegrasikan dan dipercepat untuk beroperasi dalam skala besar. Kunci dari inisiatif pengembangan ekosistem ini adalah rangkaian konten digital dan gaya hidup pilihan yang inovatif. Dari *video streaming* dan *high-end gaming* hingga alat bantu keuangan, pelanggan

Dalam upayanya untuk menjadi perusahaan telekomunikasi yang sepenuhnya digital, ekosistem Telkomsel sedang ditingkatkan dan diperluas secara strategis, dengan berbagai aliran layanan baru diintegrasikan dan dipercepat untuk beroperasi dalam skala besar.

memiliki beragam penawaran melalui sinergi yang kuat bersama para mitranya yang berasal dari dalam dan luar negeri. Dalam hal ini, investasi Telkomsel di Gojek pada tahun 2020, dan pendirian Telkomsel Mitra Inovasi (TMI) di tahun 2019, keduanya akan memiliki peran yang semakin penting dalam mengembangkan ekosistem melalui pertumbuhan hemat biaya yang selanjutnya dapat dilakukan monetisasi dengan dampak yang besar.

Dengan akan diluncurkannya 5G di Indonesia, berkat kesiapan infrastruktur pendukung yang dipelopori oleh Telkomsel, Telkomsel sedang berusaha menambahkan dimensi yang baru dan penuh warna ke dalam bisnisnya: dari *smart farming & mining* hingga perawatan kesehatan dan manufaktur jarak jauh. Layanan-layanan digital ini tidak hanya akan memperkaya

portofolio Perusahaan di luar bisnis konektivitas *legacy*, tetapi juga menyediakan dorongan bagi Perusahaan untuk tumbuh di masa depan. Melalui 5G yang didukung oleh Telkomsel dan inisiatif yang beraneka ragam—dari IoT hingga *Big Data*—ekosistem digital Indonesia diharapkan dapat mempercepat laju pertumbuhannya di dalam dekade berikutnya. Dan ketika bangsa ini membuat lompatan yang besar di ranah digital, Telkomsel percaya bahwa mata pencaharian dan ketahanan ekonomi masyarakat akan turut mendapatkan dorongan.

Pengembangan layanan digital berbasis 5G di tahun-tahun mendatang akan menjadi landasan usaha transformatif Telkomsel dalam menghadapi ketidakpastian dan peluang di masa depan. Pendapatan yang substansial diharapkan dapat diraih dari Data dan Digital, di tengah-tengah perubahan sosial berskala besar sebagai hasil dari interaksi antara

Pandemi dan Revolusi Industri 4.0. Hal ini akan menjadi tema dan semangat perjalanan Telkomsel ke depan dalam memberdayakan bangsa melalui domainnya yang luas: secara digital melalui konten dan kemampuan penyesuaian, dan secara fisik melalui jaringan dan infrastruktur.

Ke depannya, inisiatif digital Telkomsel akan diarahkan untuk menjaga kualitas layanan terbaik bagi para pelanggannya, di tengah-tengah pergeseran dari bisnis konektivitas *legacy* menuju bisnis dengan ekosistem digital pada intinya. Produktivitas pelanggan akan didukung melalui peningkatan bisnis inti, dengan kontributor utama yaitu *broadband*, serta melalui pengembangan kemampuan dengan memanfaatkan aset inti, membina kemitraan baru, dan penjajakan peluang dalam kapabilitas dan aset digital.

Tanggung Jawab atas Laporan Tahunan 2020

Laporan Tahunan ini beserta seluruh laporan keuangan konsolidasian dan informasi keuangan terkait untuk tahun yang berakhir pada 31 Desember 2020 telah ditandatangani oleh seluruh anggota Dewan Komisaris dan Direksi PT Telekomunikasi Selular.

Jakarta, Mei 2021

DEWAN KOMISARIS



Wishnutama Kusubandio
Komisaris Utama



Heri Supriadi
Komisaris



Nanang Pamuji M.
Komisaris



Yose Rizal
Komisaris



Paul Dominic O'Sullivan
Komisaris



Yuen Kuan Moon
Komisaris



Ririek Adriansyah
Komisaris Utama (menjabat
hingga Februari 2021)



Sutrisno Saidi Tatetdagat
Komisaris (menjabat hingga
Februari 2021)



Harry M. Zen
Komisaris (menjabat hingga
Juni 2020)

DIREKSI



Setyanto Hantoro
Direktur Utama



Hendri Mulya Syam
Direktur Sales



Leonardus Wahyu Wasono
Direktur Keuangan



Nugroho
Direktur Network



Rachel Goh
Direktur Marketing



Bharat Alva
Direktur TI



Wong Soon Nam
Direktur Perencanaan
dan Transformasi



R Muharam Perbawamukti
Direktur Human Capital
Management



Ririn Widaryani
Direktur Sales (menjabat
hingga Februari 2021)



Irfan A Tachrir
Direktur Human Capital
Management (menjabat
hingga Juni 2020)



FM Venusiana R
Direktur Network (menjabat
hingga Juni 2020)



Edward Ying Siew Heng
Direktur Perencanaan dan
Transformasi (menjabat hingga
Agustus 2020)

Daftar Singkatan

3G	3 rd Generation of wireless mobile telecommunications technology	ICT	Information and Communication Technology
4G	4 th Generation of broadband cellular network technology	IFRS	International Financial Reporting Standards
APEC	Asia Pacific Economic Cooperation	IoT	Internet of Things
API	Application Programming Interface	IT	Information Technology
ARPU	Average Revenue Per User	LBA	Location Based Advertising
ATM	Automated Teller Machine	LoS	Length of Stay
BTS	Base Transceiver Station	LTE	Long Term Evolution
CAPEX	Capital Expenditure	M2M	Machine to Machine
CBTA	Conditional Business Transfer Agreement	MHz	Megahertz
CFMP	Capital Expenditure, Financing, and Management Process	MMS	Multimedia Messaging Service
COMBAT	Compact Mobile Base Station	MSME	Micro, Small and Medium Enterprises
CSR	Corporate Social Responsibility	MoU	Minute of Usage
CRM	Customer Relationship Management	OTT	Over The Top
CVM	Customer Value Management	PAYU	Pay As You Use
DMP	Data Management Platform	PSAK	Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan
EBITDA	Earning Before Interest, Tax, Depreciation, and Amortization	SEA	South East Asia
Fintech	Financial Technology	SIM	Subscriber Identity Module
GB	Gigabyte	SME	Small Medium Enterprise
GCG	Good Corporate Governance	SMS	Short Messaging Service
GHz	Gigahertz	SOA	Sarbanes-Oxley Act
GPRS	General Packet Radio Service	TERRA	Telkomsel Emergency Response and Recovery Activity
GSM	Global System for Mobile communication	USO	Universal Service Obligation
HCM	Human Capital Management	USSD	Unstructured Supplementary Service Data
HSDPA	High Speed Downlink Packet Access	VAS	Value Added Service
		WAP	Wireless Application Protocol

Daftar GraPARI

Regional

SUMATERA
UTARA

Nama GraPARI

Alamat

BALIGE	Jl. SM. Raja No. 70C, Balige
BANDA ACEH	Jl. Tgk. H. M. Daud Beureueh No. 23 Banda Aceh
BINJAI SUPER MALL	Jl. Soekarno Hatta No. 14 Binjai, Binjai Super Mall Upper Ground Ground, 01-03. Binjai
BIREUN	Jln. Sultan Iskandar Muda no 17 Desa Bireuen Meunasah Blang,Kec Kota Juang Kab Bireuen 24211
CENTRE POIN MALL	Jl. Jawa No.8, Gg. Buntu, Kec. Medan Tim., Kota Medan, Sumatera Utara 20236
GRAHA MERAH PUTIH (LD 24 Jam)	Graha Merah Putih Lt. Dasar Jl. Putri Hijau No.1 Medan, 20111
GraPARI Telkom Group MEDAN	Graha Merah Putih Lt. 1 Jl. Putri Hijau No.1 Medan, 20111
GraPARI Telkom Group PEMATANG SIANTAR	Jl. W. R. Supratman No.11, Proklamasi, Siantar Bar., Kota Pematang Siantar, Sumatera Utara 21146
GUNUNG SITOLI	Jl. Muhamad Hatta No.2 Kel Pasar Gunungsitoli, Kec. Gunung Sitoli, Kab Nias-22813
KABANJAHE	Jl. Veteran No. 25 BC Kabanjahe
KAMPUNG LALANG	Jl. Gatot Subroto Km. 7.8 Blok A No. 9 Comp. Makro Medan Sunggal
KISARAN	Jl. HOS. Cokroaminoto No 30,32 Kel.Kisaran Kota Lk. IV Kec. Kisaran Barat
KOTA PINANG	Jl. Bukit Kotapinang Kel. Kotapinang Kec. Kotapinang Kab. Labuhanbatu Selatan
KRAKATAU	Jl. Gunung Krakatau No.191 A Medan
LANGSA	Jl. Ahmad Yani No.4 Langsa
LHOKSEUMAWE	Jl. Tgk. Chik Ditiro Desa Lancang Garam Kec. Banda Sakti No. 1
LUBUK PAKAM	Jl. Dr. Sutomo No. 7 Lubuk Pakam, Deli Serdang
MALL RCW MEDAN	Jl. Ring Road No.7, Sunggal, Kec. Medan Sunggal, Kota Medan, Sumatera Utara 20128
MEDAN FAIR PLAZA	Jl. Gatot Subroto Plaza Medan Fair Lt 1 No 52-53 Medan
MEDAN KARYAJASA	Jl.Tritura , Ruko Titi Kuning Mas B-3, Medan
MEULABOH	Jl. Nasional Ujung Baroh, Kec.Johan Pahlawan, Meulaboh, Aceh Barat
PADANG SIDEMPUAN	Jl. SM Raja No. 212 ABC, Kel. Sitamiang Baru, Kec. Padang Sidempuan Selatan

Regional**Nama GraPARI****Alamat****SUMATERA
TENGAH**

PANYABUNGAN	Jl.Willem Iskandar No. 117 , Panyabungan Kota, Kab. Mandailing Natal, Sumatera Utara 22913
PLAZA MILLENIUM	Jl. Kapten Muslim NO 111 Plaza Millenium Lt Dasar No 4-5 Medan
RANTAU PRAPAT	Jl. Ahmad Yani No.31 Rantau Prapat
SABANG	Jl . Tengku Chik Ditiro, Kel. Kuta Ateueh, Kec. Sukakarya, Kota Sabang, 23511
SETUI	Ruko 1 : Jl. Soekarno Hatta (Depan BNI 46), Desa Lambaro Kec. Ingin Jaya Kab. Aceh Besar Prov. Aceh
SIBOLGA	Jl. Zainul Arifin No.33, Sibolga
SIGLI	Jl. Iskandar Muda No.32 Blok Bengkel Kec Kota Sigli Kab Pidie-Sigli Aceh. Telp / Fax : 0653 201010
STABAT	Jl. Jend. Sudirman No. 14 A, Kelurahan Perdamaian, Stabat
TAKENGON	Jl. Lebee Kadir No.243, Takengon, Blang Kolak, Bebesan, Aceh Tengah
TANJUNG BALAI ASAHAN	Jl.Teuku Umar No.120 Tanjung Balai 21312
TANJUNG MORAWA	Jl. Medan Km.17.5, Komp. Suzuya Plaza Blok A6, Tanjung Morawa, Deli Serdang.
TARUTUNG	Jl. Mayjend DI Panjaitan No. 143, Kec. Tarutung Kab. Tapanuli utara-22412
TEBING TINGGI	Jl. Jend. Sudirman No. 405F Tebing Tinggi
WAHIDIN	Jl. Dr. Wahidin No. 46 / 4-AA Medan 20211
BAGAN BATU	Jl. Jendral Sudirman No.745, Bagan Batu, Kec.Bagan Sinembah, Kab. Rokan Hilir 28992
BAGAN SIAPIAPI	JL. Pahlawan no. 74 kel. Bagan Timur Kec Bangko Bagansiapiapi Rokan Hilir Telp/fax 0767 23443
BANGKINANG	Jl. DI. Panjaitan Depan Bengkel Adebe Junior Kel. Langgini Kec. Bangkinang kota, 28412
BATAM CENTER	Jl. Engku Putri Batam Centre Batam 29432
BATU SANGKAR	Jln ahmad yani pincuran 7 kecamatan lima kaum batusangkar, 27211 kab tanah datar sumatera barat
BENGKALIS	Jl. A Yani Depan Kantor Bupati, Bengkalis 28712
BUKIT TINGGI	JL ahmad Karim No 8c, Kel. Benteng Pasar Atas, Kec. Guguk Panjang, Bukittinggi 26100
DABO SINGKEP	Jl.kartini no.17A, Kec.singkep kab.lingga, Dabo singkep 29871
DUMAI	Jl. Jendral Sudirman No.153 Dumai - Riau 28812

Regional**Nama GraPARI****Alamat**

DURI	Jl. Hangtuah No. 10 RT 02 RW 10 kel. Duri Barat Kec. Mandau Duri Riau 28884. Tlp 0765-594168
GRAND BATAM MALL	Grand Batam Mall lantai L2-08 ,Jalan pembangunan kelurahan batu selicin kecamatan Lubuk Baja kota batam
LUBUK ALUNG	Jl.Raya Padang Bukittinggi Pasar mudik Lubuk Alung Padang Pariaman Sumatera Barat 25581.
MALL PANBILL	Lt. Dasar KD 2.Panbil Mall muka kuning, batam 29433
Mall SKA PEKANBARU	Mall SKA Jl Soekarno Hatta Lt II Unit 23 – 26 Pekanbaru Riau
NAGOYA HILL	Ruko Nagoya Hill Mall Blok O No. 12B-15, Kec. Lubuk Baja, Nagoya Batam, Kep. Riau 29432
NATUNA	Jl. datok kaya wan mohd. benteng no.116, kec. bunguran timur, kota ranai, kab natuna
PADANG	Gedung Telkomsel, Jl. Khatib Sulaiman No. 51 Padang 25135
PANGKALAN KERINCI	Jl. Lintas Timur pasar baru pangkalan kerinci kab. Pelalawan Prov Riau 28300
PASAMAN	Jl. Jend. Soedirman Simpang Empat selatan Kec. Pasaman Kab. Pasaman Barat Sumatera Barat-26566
PAYAKUMBUH	Jl soekarno Hatta no 37-39 kelurahan padang tengah kecamatan payakumbuh barat Sumatera Barat
PEKANBARU	Gedung Graha Merah Putih, Jl. Jend. Sudirman No. 199 Pekanbaru
PEKANBARU PANAM	Jl. Hr Subrantas km 12,5 (samping riau pos) Panam
PERAWANG	Jl. Raya Perawang No. 79 KM. 6 kel. Perawang kec. Tualang kab. Siak-Riau 28772
RENGAT	Jl. Narasinga No. 04 Kambesko (Depan Kantor Pos), Rengat , Inhu-Riau-29300 Tlp. 0769-323380
SELAT PANJANG	Jln. Kartini No. 7 A, Selatpanjang - 28753 - Riau
SIMPANG ARU	Jln Imam Bonjol no 21F ,Kel Pondok Kec Padang Selatan
SOLOK	Jl. M. Yamin No. 60, RT02RW01, Kelurahan Pasar Pandan Air Mati, Kecamatan Tanjung Harapan. Kode Pos 27361
SUNGAI RUMBAI	Jl. Lintas Sumatera Simpang 3 Kantor GraPARI Sungai Rumbai , Kec. Sungai Rumbai, Kab. Dharmasraya. -Pos : 27684
TANJUNG BALAI KARIMUN	Komplek Karimun Centre Jl. A Yani no. 9-10 Kolong Tg Balai Karimun 29661
TANJUNG BATU	Jl. Jend. Sudirman No. 216 RT 02/03 , Tanjung Batu Kota, Tanjung Batu Kundur 29662, Kepri-Indonesia
TANJUNG PINANG	Jl. Basuki Rachmat No. 9 Tanjung Pinang 29124
TANJUNG UBAN	Jl. Permaisuri No 4 Bergabung dengan TDC Tanjung Uban (Sebelah Toko IN PARFUME dan depan Bengkel INOVASI) Tanjung Uban Bintan Kepri 29152

Regional	Nama GraPARI	Alamat
SUMATERA SELATAN	TELUK KUANTAN	Jl. Ahmad Yani no. 33 koto taluk,kec. Kuantan tengah,kab.kuantan singingi.
	TEMBILAHAN	Jl Telaga Biru Parit 12, Tembilahan 29212
	ALANG ALANG LEBAR	JL. PALEMBANG BETUNG KM.15 NO.10 KE. SUKJADI KEC.TALANG KELAPA
	BANDAR JAYA	JL. PROKLAMATOR RAYA NO. 71C KEL. BANDAR JAYA BARAT
	BATU RAJA	Gedung TAP: Jl. A. Yani no.71 B depan SPBU Air Karang Kec. Batu Raja Timur
	BELITANG	JL. JENDRAL SUDIRMAN RUKO BELITANG MAS GUMAWANG BK. 10
	BELITUNG	JL. JEND. SUDIRMAN NO 28 RUKO D-E PANGKALALANG, TANJUNGPANDAN
	BENGKULU	JL. LETJEND SUPRPTO, ANGGUT DALAM, KEC. RATU SAMBAN, KOTA BENGKULU, BENGKULU 38222
	BETUNG	Gedung PT. POS : Jl Palembang -Betung No 76 RT 003/001 LK.I Kel. Betung Kec Betung Banyuasin 30578
	CURUP	Ruko 1 : Jl. MH. Thamrin, Kel. Air Rambai Kec. Curup Kota kab. Rejang Lebong
	GraPARI Telkom Group Pangkal Pinang	JL. RUSTAM EFFENDI NO. 3 . DEPAN ALUN-ALUN KOTA PANGKAL PINANG, BATIN TIKAL , PANGKAL PINANG-33121
	GraPARI Telkom Group SUDIRMAN PALEMBANG	JL JEND. SUDIRMAN NO 459, 20 ILIR (SAMPING KODAM II SRIWIJAYA) KOTA PALEMBANG KODE POS 30129, SUMATERA SELATAN
	HAYAM WURUK	WTC MALL JAMBI JL. SULTAN THAHA LANTAI 2 NO. 17
	INDRALAYA	JL. LINTAS TIMUR PALEMBANG - KAYUAGUNG KM 35, RUKO GRAND CENTRAL JOULIS, INDRALAYA
	JAMBI	JL.HM YUSUF SINGADEKANE NO.09 TELANAIPURA, JAMBI 36122
	KALIANDA	JL KESUMA BANGSA NO 88B KALIANDA LAMPUNG SELATAN
	KAYU AGUNG	JL. M. JEND YUSUF SINGADEKANE NO.13 KEL. JUA JUA KEC. KAYU AGUNG
	KOTABUMI	JL.ALAMSYAH RPN NO.43F KEL. KELAPA TUJUH KEC. KOTABUMI SELATAN KAB. LAMPUNG UTARA
	KUALA TUNGKAL	JL.KH DEWANTARA NO 30B KEL.TUNGKAL EMPAT KOTA
	LAHAT	JL. KOLONEL BARLIAN NO.182 TALANG KAPUK, PASAR LAMA
	LAMPUNG	KOMP. VILLA CITRA BLOK RE I-III, JL. PANGERAN ANTASARI, JAGABAYA III, WAY HALIM BANDAR LAMPUNG, BANDAR LAMPUNG CITY, LAMPUNG 35132
	LUBUK LINGGAU	JL. YOS SUDARSO NO 13A KEL TABA JEMEKEH
	MANNA	JL. LETNAN TUKIRAN NO.46 RT.02, KEL. PASAR BARU, KEC. KOTA MANNA, KAB. BENGKULU SELATAN 38513

Regional**Nama GraPARI****Alamat**

MDP PALEMBANG

JL. JENDRAL SUDIRMAN KM.4, GEDUNG MDP IT
STORE LT. 1 (SIMPANG POLDA) PALEMBANG 30128

MERANGIN

JLN JEND SUDIRMAN KM 3KEL SEI ULAK KEC NALO
TANTAN KAB MERANGIN PROV JAMBI 37300

METRO LAMPUNG

JL.JEND.SUDIRMAN NO.282 KEC.METRO PUSAT KOTA
METRO

MUARA BUNGO

JL. JENDRAL SUDIRMAN NO 76, MUARA BUNGO
37214

MUARA ENIM

JL. JENDRAL SUDIRMAN TALANG JAWA ATAS KEL
PAAR III

NATAR

JL RAYA NATAR NO 78E KELURAHAN MERAK BATIN
KECAMATAN NATAR LAMPUNG SELATAN

PALEMBANG

MALL PALEMBANG ICON. LANTAI.3 . JALAN POM
IX LOROK PAKJO, KOTA PALEMBANG. SUMATERA
SELATAN 30127

PALEMBANG SQUARE

JL. POM IX KOMPLEK RUKO MALL PALEMBANG
SQUARE BLOK R NO.125 PALEMBANG

PRABUMULIH

JL.JENDRAL SUDIRMAN NO.02

PRINGSEWU

Jl. Sudirman No. 1145 Pringsewu Barat Kec. Pringsewu
35373

RADEN INTAN

JL. RADEN INTAN NO. 57-A KEL. ENGGAL

RIMBO BUJANG

JL. PAHLAWAN (DEPAN POLSEK) KEL. WIROTHO
AGUNG

SAROLANGUN

JL. LINTAS SUMATERA KM 1 RT.08 NO.02 KEL. AUR
GADING KEC. SAROLANGUN JAMBI 37481

SEBRANG ULU

JL. A. YANI NO. G26RT. 031 RW. 01 TANGGA TAKAT
KEL. 13 ULU KEC. SEBRANG ULU II PALEMBANG

SEKAYU

JLN. KOL. WAHID UDIN RUKO SEJAHTERA NO 559D
KEC.SEKAYU KEL. SERASAN JAYA MUSI BANYUASIN -
SUMSEL 30711

SRIBAWONO

JL.JEND.SUDIRMAN NO.16A KEL.SRIMENANTI KEC.
BANDAR SRIBAWONO LAMPUNG TIMUR 34399

SUNGAI LIAT

JL JEND SUDIRMAN KOMP RUKO PERMATA BLOK C
NO. 2

SUNGAI PENUH

JLN. JEND. SUDIRMAN NO.88A, AMAR SAKTI, KEL.
PONDOK TINGGI

TELUK BETUNG

JL.LAKSAMANA MALAHAYATI NO.103 TELUK BETUNG
SELATAN BANDAR LAMPUNG

TULANG BAWANG

JL. LINTAS TIMUR UNIT 2 KP. DWT JAYA KEC. BANJAR
AGUNG KAB. TULANG BAWANG, LAMPUNG 34595**PUSAT**

BASSURA CITY MALL

Lantai 1, Jl Basuki Rahmat No.1A Rt.008 Rw.010
Jatinegara, Cipinang Besar Jakarta Timur, DKI Jakarta

CEMPAKA MAS

Mall ITC Cempaka Mas Lt. LG Unit 220B, Jl. Letjen
Soeprapto, Sumur Batu, Kemayoran, Jakarta Pusat

CENGKARENG

Ruko Mutiara Palem Blok A 2 No.11 Cengkareng

Regional

Nama GraPARI

Alamat

TIMUR

CENTRAL PARK	Mall Central Park Lt. 3 Lot 116-118, Jl. Letjen S. Parman, Jakarta Barat, Jakarta 11480
CIJANTUNG	Mall Cijantung Lantai 1 No.1-4, Cijantung, Jakarta Timur
EMPORIUM PLUIT	Emporium Pluit Mall, Jl. Pluit Selatan Raya Lt. 2, Jakarta Utara
GraPARI Telkom Group The Telkom Hub	Jl. Jendral Gatot Subroto Kav. 52 Jakarta Selatan 12710
JAKARTA PUSAT(wisma alia)	Gedung Wisma Alia, Jl. M. Ridwan Rais 10-18, Jakarta Pusat
KOTA KASABLANKA	Jl. Casablanca Raya Kav.88, Lt. 2, Jakarta Selatan
MALL AMBASSADOR	Mall Ambassador Lt. 3 No.1, Jl. Prof.Dr. Satrio, Jakarta Selatan
MALL KELAPA GADING 3	Mall Kelapa Gading 3, Lt. 2 Jl. Boulevard Kelapa Gading blok M RT 13/ RW 18, Kelapa Gading Timur, JKT 14240
METRO CIPULIR MALL	Mall Metro Cipulir, Lantai LG Blok A no. 1 Jl. Ciledug Raya No. 1 Jakarta Selatan
PGC	PGC Lt. 3A Jl. Mayjen Sutoyo No. 76 Cililitan Kramat Jati Jaktim
PONDOK INDAH MALL	Street Gallery Lantai 2 No.205, Pondok Indah Mall 3, Jalan Metro Pondok Indah Blok IIIB, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan 12310
ROXY MAS	Komp. Ruko ITC Roxy Mas Blok D1 No.1-7, Jl. KH. Hasyim Ashari, Jakarta Pusat
BEKASI	Gedung Bekasi Cyber Park, Jl KH Noer Ali No. 177, Bekasi Selatan 17144
BEKASI TIMUR	Ruko Bekasi Town Square Blok I-2 Jl. Chairil Anwar, Bekasi Timur 17113
BOGOR	Plasa Telkom, Jl. Raya Pajajaran No. 37 Bogor 16143
CIBINONG	Komplek Ruko Permata Cibinong 3A Jl. Mayor Oking No. 60 Kel. Cirimekar Kec. Cibinong Bogor 16917
CIBUBUR	JL. Raya Alternatif Cibubur - Cileungsi Km. 4, Mall Grand Cibubur Lt.2
CICURUG	Ruko Cicurug City Jl. Siliwangi No.48 Blok B15 Cicurug Sukabumi 43359
CIKAMPEK	Jl. Ir. Haji Juanda No.123, Sarimulya, Kotabaru, Kabupaten Karawang, Jawa Barat 41374
CIKARANG	Komplek Ruko 21, Jalan Raya Cibarusah No.21H Kel Sukaresmi, Kec Cikarang Selatan, Kab Bekasi (17530)
CINERE	Mall Cinere Lantai 2 No. 9, Jl. Cinere Raya No. 1. Cinere Depok
ITC DEPOK	Mall ITC Depok, Jl. Margonda Raya No 56 Lt Dasar Blok 5A (letak persisnya di sebelah kanan Lobi Utama ITC Depok) Depok 16423
JAMPANG KULON	Jl. Raya cinageun No.89 Kp. cinageun Rt 01 Rw 01 Desa. Ciparay Kec. Jampangkulon Kab. Sukabumi (samping mexico fashion store)

Regional**Nama GraPARI****Alamat****JAWA BARAT**

KARAWANG

Mall Technomart blok A53 dan A51 jalan Arteri Galuh Mas, Puseurjaya, Telukjambe Timur, Kabupaten Karawang, Jawa Barat 41361

LEUWILIANG

Jl.Raya Leuwiliang Rt.02/Rw.05 Desa Cihideung Ilir,Kecamatan Ciampea,Kabupaten Bogor (sebelah DR.Chicken Cibanteng)

MARGO CITY

Lantai 1 Blok L112 Margo City Mall, Jl. Margonda Raya Depok No.358, Kota Depok Jawa Barat 16423

PELABUHAN RATU

GraPARI Plasa Telkom Jl. Siliwangi No. 11 Palabuhan Ratu Kode Pos : 43364

PURWAKARTA

Jl terusan Ibrahim Singadilaga, Ruko Pembaharuan No 12, Kec. Nagrikaler, Kab Purwakarta (41115)

SUKABUMI

Jl. RE Martadinata No. 71 Cikole Sukabumi

BANJAR

Jl. Perintis Kemerdekaan No. 17 Kota Banjar Barat 46311

BANTARKALONG

Jl. Raya sindangreret Kp. Sindangreret, RT/RW 001/001 Kecamatan Karangnunggal Kab Tasikmalaya 46186

BEC 2

Bandung Electronic Centre LG. Utama, Jl. Purnawarman No.13-15 Bandung

CIAMIS

Jl. KH Ahmad Dahlan No. 13B Ciamis 46211

CIANJUR

Jl. Abdullah bin Nuh No.64-66 Cianjur

CILEDUG CIREBON

Jl. Merdeka utara no.192 desa ciledug tengah kecamatan ciledug

CIMAHI

Plasa Sangkuriang Jl.Sangkuriang No.19 Cimahi

CIREBON INNER

Jl. Tuparev No. 57 Cirebon

CIREBON SUPER BLOK

Cirebon Super Blok, lantai 2 Jl. Doktor Cipto Mangunkusumo No.26, Jawa Barat

DAGO

Jl. Ir. H. Juanda no. 252 Bandung 40134

GARUT

Gedung Telkom Jalan Pramuka no. 32 Kabupaten Garut

GraPARI Telkom Group
LEMBONG

Jl. Lembong No. 11, Jawa Barat

INDRAMAYU

Jl. DI Panjaitan No.54

JATIBARANG

JL Mayor Dasuki NO.58/82

KOPO

Jalan kopo no.599. Miko mall Lantai 1 blok 10-20 kel cirangrang kec babakan ciparay

KUNINGAN

Jl. Siliwangi No. 196 Kuningan

LEMBANG

JL. Raya Lembang No 241

MAJALAYA

Ruko Permata Majalaya Blok B No.2 Jl.Tengah 3 Majalaya 60882

MAJALENGKA

Jl. KH. Abdul Halim No 158, Majalengka 45418

MTC

Jl. Soekarno-Hatta no 590, Ruko MTC D-18 bandung 40286

PADALARANG

Jl. Rancabali No.78a Padalarang

PAMANUKAN

Jl. Ion Martasasmita No. 36, Pamanukan-Subang 41254

PANGANDARAN

Jl. Merdeka KM 0,5 RT. 03 RW. 03 Desa. Pananjung. Kec. Pangandaran Kab. Pangandaran

RANCAEKEK

Jl. Raya Rancaekek (Talun) km 20.5 Ds. Jelegong Kec. Rancaekek Kab. Bandung 40394

Regional	Nama GraPARI	Alamat
BARAT	SINGAPARNA	Jl. Raya Timur No. 49 RT 002/003, Cikiray, Desa Sukamulya, Kec .Singaparna, Kab Tasikmalaya
	SOREANG	JL. Al-fathu Ruko Bale Sakanca Blok A No. 3 desa pamekaran kec Soreang , Kab Bandung - 40912
	SUBANG	Jl, Kapten hanafiah komplek ruko rawa badak regency block.C no.8 kel karang anyar. Subang
	SUMBER	Ruko grand duta no.14A Jl. P. Cakrabuana Kemantren-Sumber 45611
	SUMEDANG	Jl. Prabu Geusan Ulun No. 29 Kec. Sumedang Selatan Kab. Sumedang
	TASIKMALAYA	Jl. Panglayungan II No. 3 - 5 Tasikmalaya 46134
	TRANS STUDIO MALL BANDUNG	Jalan Jendral Gatot Subroto No. 289, Kota Bandung, Jawa Barat 40273
	BALARAJA	Jl. Raya Serang KM.24 No 88 Balaraja (depan PT. Darma Polimental) 100 M dari Pintu Tol Balaraja Barat (021) 29015521
	BINTARO	Mall Bintaro Jaya Xchange,CBD Bintaro Jaya Sektor VII Lantai G No.121 Tangerang Selatan 15227
	CIKUPA	Citra Raya Food Festival blok A no 07/03G & A. 07/03F, Jl Boulevard Raya row 42 Citra Raya cikupa Tangerang
	CILEGON	Graha Sucofindo Lt.1, Jl. Jendral A. Yani No.106 Cilegon 42426
	CIPUTAT	Jl. Dewi Sartika No. 71 D, Ciputat - Tangerang Selatan
	GraPARI Telkom Group BSD	Graha Telekomunikasi Lt.Dasar Jl Raya Serpong Sektor IV BSD Tangerang 15322
	LABUAN	Jl. Perintis Kemerdekaan No.24 C-D Desa Teluk Kec. Labuan Kab.Pandeglang 42264
	MALL TANGERANG CITY	Mall Tangerang City Lt.LG Blok C.61 Jl. Jend Sudirman Tangerang Selatan
	PANDEGLANG	Jl.Lapangan Sukarela No.2E. Kadu Pandak Pandeglang 42213
	RANGKASBITUNG	Ruko Rabinza Jl.Rt. Hardiwinangun Blok A.No.15 Kel.MC Timur Kec.Rangkasbitung
	SERANG	Mall of Serang (MOS) Lt. 1 Jl. Lingkar Kemang, Kotabaru Panancangan, Cipocok Jaya Serang 42112 - Banten
	SUMMARECON MALL SERPONG	Mall Summarecon Serpong 2 Lt. Unit 2 F-239 Tangerang Banten
	SUPERMALL KARAWACI	Supermall Karawaci e-Center, Lt. LG Blok A5/4-A5/7 Jl. Boulevard Diponegoro, Tangerang
	TERMINAL 3 BANDARA SOETTA	Bandara Soekarno-Hatta Terminal 3, Gate Kedatangan 5 Lt. GF 19120 Jl. Pajang, Kecamatan Tangerang Kota - Tangerang
	TERMINAL MERAK SASORO	Sasoro Terminal Eksekutif Merak. Jl. Pelabuhan Merak, Mekarsari, Kec Pulomerak, Banten

Regional
BALINUSRA

Nama GraPARI

Alamat

ATAMBUA	Jl. Adam Malik No. 5, Kelurahan Beirafu, Kec. Atambua Barat, Kabupaten Belu 85711
BIMA	Jl. Soekarno Hatta kelurahan Pane (depan Gedung Koni lapangan manggemaci) Kota Bima
CELLULAR WORLD KUPANG	Jl. Jenderal Sudirman, No.60, Kuanino, Kec. Kota Raja, Kota Kupang, Nusa Tenggara Timur. Kode Pos 85119
GATSU	Jl. Gatot Subroto Timur no 36 C, Denpasar 80237
GIANYAR	Jl. By Pass Darmagiri Desa Buruan Kecamatan Blahbatuh Kabupaten Gianyar (Dewatacom)
GUNUNG AGUNG	Jl. Gunung Agung 125B, Denpasar (80118)
KARANG ASEM	Jl. Jendral Sudirman No.98 C Amlapura, Karangasem, 80813
KEFAMENANU	Jl. Basuki Rahmat Kel. Benpasi, Kec. Kota Kefamenanu
KUPANG	Jl. WJ. Lalamentik No 88, Oebufu, Kupang
KUTA	Jl. By Pass I Gusti Ngurah Rai, Simpang Dewa Ruci Kuta - Bali (Simpang Siur), Bali
LABUHAN BAJO	Jl. Soekarno Hatta, Kelurahan Labuan Bajo, Kecamatan Komodo, Kabupaten Manggarai Barat, Labuan Bajo, Nusa Tenggara Timur (Lantai GF-A8)
LOMBOK EPICENTRUM MALL MATARAM	Jalan Sriwijaya No. 333, Mataram, NTB
LOMBOK UTARA	Jl. Raya Tanjung komplek Pertokoan (Depan Lap Umum Super Semar) Tanjung-Lombok Utara, 83352
MALUK NEWMONT	Jl. Raya Maluk no. 141 Maluk-Sumbawa Barat 84357
MATARAM	Jl. Pejanggik No 47F, Mataram, Lombok
MAUMERE	Jl. Ahmad Yani Kelurahan Nangameting Kecamatan Alok Timur Kabupaten Sikka 86111
NEGARA	Jl. Ngurah Rai 86-Negara 82217
NUSA DUA	Jl. Bypass Ngurah Rai No. 122, Mumbul, Nusa Dua 80363
RENON	Jl. Raya Puputan Renon No. 33, Renon, Denpasar
RUTENG	Jl. Kartini No. 2, Desa Lawir, Kec. Langke Rembong, Kab. Manggarai 86516
SELONG	Jl. Pejanggik No.53 Pancor (Komplek Pertokoan Yanmar baru) Kelurahan Majidi, Kecamatan Selong, Lombok Timur 83611
SINGARAJA	Jl. A. Yani No. 72 Singaraja 81116
SOE	Ruko Baru Soe Jl. Hayam Wuruk No.16A Kelurahan Taubeno, Kota Soe Kabupaten TTS-NTT 85511
SUMBAWA BESAR	Jl. Mangga No.09 Kel. Umasima Sumbawa Besar, NTB
TABANAN	Jl. Ir. Soekarno No. 99D (Bypass Kediri), Kec. Kediri, Tabanan 52151
TALIWANG	Jl. Jendral Sudirman No 30 Taliwang, Sumbawa Barat 84355
WAINGAPU	Kompleks Pertokoan Permata Sari Jl. Ahmad Yani No.4, Blok A2, Mentawai, Waingapu 87111

Regional	Nama GraPARI	Alamat
JAWA TENGAH	BANJARNEGARA	Ruko Atrium Blok B-5, JL HOS Cokroaminoto Banjarnegara No.39 53412 Jawa Tengah
	BANYUMANIK	Jl. Jati Raya Blok C-17 Banyumanik , Kabupaten Semarang, Jawa Tengah
	BATANG	Jl. Raya Limpung (Jl. Jend Sudirman) Ruko no 6 Limpung (selatan SD N 1 Limpung), Batang
	BOYOLALI	Jl. Pandanaran No.23, Ngrancah, Siswodipuran, Kec. Boyolali, Kabupaten Boyolali, Jawa Tengah 57311
	CEPU	Jl. Ronggolawe No. 67 Cepu-Blora
	CILACAP	Jl. S. Parman No 30 Cilacap, Sidanegara, Cilacap Tengah, Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah 53212
	CILACAP KROYA	Jl. Jend Soedirman No 70, Kroya Cilacap 53282 (Plasa Telkom Kroya)
	DEMAK	Ruko C Jl Sultan Fatah Demak
	GEDONG KUNING	Jl. Gedong Kuning No. 94B, Rejowinangun,Kota Gede,Yogyakarta-55171.
	HARTONO MALL SOLO (SUKOHARJO)	Jl. Ir. Soekarno Madegondo Solo Baru, Grogol Sukoharjo 57552 (Hartono Mall Solo GF -C09)
	JEPARA	Jl. Pemuda Ruko Pemuda Square 3B Jepara, Jawa Tengah
	JOGJA CITY MALL	Jogja City Mall Lt. 1 No.AB22 Jl. Magelang KM.6 Sinbduadi Mlati, Sleman - Jogjakarta
	KARANGANYAR	Jl. Kauman RT 2 RW 14 Cangakan, Lawu Barat, Karanganyar
	KEBUMEN	Jl. H.M Sarbini No.15A Kebumen 54311
	KENDAL	Jl. Soekarno Hatta No.70 B Weleri - Kendal 51355
	KLATEN	Jl. Veteran No.22, Barenglor, Bareng Lor, Kec. Klaten Utara, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah 57414
	KUDUS	Jl. Jenderal Sudirman No.66-68 Nganguk Kramat Kudus
	KULONPROGO	Jl. Sutidjab 74, Kel. Wonosari Lor, Kec. Wates, Kulon Progo.
	MAGELANG	Jl. Panglima Sudirman No. 375 Tidar Selatan Magelang
	PATI	Jl. Pemuda No 252 Pati, Jawa Tengah
	PEKALONGAN	Jl. Merdeka No.3 D Pekalongan
	PEMALANG	Jl. Jend. Sudirman, Ruko Swalayan Pemalang Permai Blok F, Pemalang
	PURBALINGGA	Jl. MT Haryono No. 18 Purbalingga Jawa Tengah
	PURWODADI	Jl. Hayam Wuruk No. 11 Ruko A
	PURWOKERTO	Gedung Telkom, Jl. Merdeka No.26, Brubahan, Purwanegara, Kec. Purwokerto Tim., Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53116
	PURWOREJO	Jl. KHA Dahlan No. 141
	REMBANG	Jl. Kartini Ruko 1A Rembang
	SALATIGA	Jl.Diponegoro, Ruko Wijaya Square Blok A No 5 , Salatiga
	SEMARANG MALL CIPUTRA	Mall Ciputra FL. UG, No. 62, Jl. Simpang Lima No 1, Semarang

Regional**Nama GraPARI****Alamat****JAWA TIMUR**

SEMARANG PAHLAWAN

Jl. Pahlawan No 10, Semarang

SOLO

Jl. Slamet Riyadi No 265, Sriwerdari, Solo

SRAGEN

Jl. Raya Sukowati No.28E (ruko depan samsat sragen), Sine, Kec. Sragen, Kabupaten Sragen, Jawa Tengah 57213

TEGAL

Jl. Gajah Mada No 77, Tegal

TEMANGGUNG

Jl. Jend. Sudirman No. 95, Ruko 1,Jampiroso, Temanggung.

UNGARAN

Jl. Diponegoro No 158 Ungaran

WONOGIRI

Jl. RM Said No.19, Ngaliyan, Kaliancar, Kec. Selogiri, Kabupaten Wonogiri, Jawa Tengah 57652

WONOSARI

Jl KH Agus Salim No 6 Kepek Wonosari

WONOSOBO

Jl. RSUD Setjonegoro No. 10 B, Wonosobo

YOGYAKARTA

Jl. Diponegoro No.97 - Yogyakarta

ATOM MALL

Jl. Bunguran45 Lt 1 Blok A-85 Surabaya

BANGKALAN

Jl. Trunojoyo 39C, Bangkalan

BANYUWANGI

Jl. DR. Sutomo No.63 Banyuwangi

BLITAR

Ruko Melati 1E. Jln. Melati No. 1 Blitar

BOJONEGORO

Jl. Dr Wahidin No. 9B Bojonegoro

BONDOWOSO

Ruko. Mastrip Jl. Mastrip (Depan Indomaret Nangkaan) Bondowoso

CARUBAN

Jl. Panglima Sudirman No.16 Caruban, Madiun 63153

CIPUTRA WORLD

Ciputra World Surabaya LG -55 Jl. Mayjend Sungkono 89 Surabaya

CYBER MALL

Jl. Raya Langsep no. 2 Malang

GALAXY MALL

Jalan Dharmahusada Indah Timur No.35 - 37 Galaxy Mall 1 lt.2 unit 228 Surabaya

GENTENG

Jl. Wahid Hasyim 1 ,ruko jinggo no 4 genteng kulon Banyuwangi

GraPARI Telkom Group
DINOYO

Jl. Raya Dinoyo No.48, Keputran, Tegalsari, Kota SBY, Jawa Timur 60265

GRESIK

Jl. Usman Sadar No 81, Gresik

JEMBER

Jl Kartini No 4-6 Jember

JOMBANG

Jl. KH Wachid Hasyim No. 136E Jombang

KEDIRI

PT. Telkom Kediri , Jl. Hayam Wuruk 45-47 Kediri

KEPANJEN

Jl. Panji 154 Kepanjen 65163

LAMONGAN

Jalan Veteran No. 12 (depan SMAN 2 Lamongan)

LAWANG

Jl. Raya Cipto 57 Bedali Lawang Malang

LOOP STATION SURABAYA

Jl. Raya Darmo No. 110 Surabaya

LUMAJANG

Jl. A Yani No 18 (kantor bekas BPJS Lama , depan kantor RSUD Haryoto) Lumajang

MADIUN

Gedung Telkom , Jl. Pahlawan No 59, Madiun

MAGETAN

Jl. Monginsidi No. 30 Magetan

MALANG

Jl. S.Parman No 47 Malang

Regional	Nama GraPARI	Alamat
KALIMANTAN	MOJOKERTO	Jl. Gajah Mada 98A Mojokerto
	MUNCAR (ROGOJAMPI)	Jl. Brawijaya no. 27 Muncar Banyuwangi
	NGANJUK	Ruko Mustika Square, Jl. Merdeka block 2A Nganjuk
	NGAWI	Jl. A Yani No 97, Ngawi
	PACITAN	Jl. P. Sudirman 180 Pacitan 63511
	PAMEKASAN	Gedung Telkom, Jl. Trunojoyo No. 67 Pamekasan
	PANDAAN	Plaza Telkom Jl A. Yani No. 56A Kasri - Pandaan
	PARE	Jl. A. Yani no 6 Pare Kediri
	PASURUAN	Jl. Panglima Sudirman No. 122, Pasuruan
	PERAK - SBY UTARA	Jl. Perak Timur 40 B Surabaya
	PLAZA MARINA SURABAYA	Mall Plaza Marina Lt.1 Block B12-B21, Jl Raya Margorejo Indah 97-99 Surabaya
	PONDOK JATI	Jl. Raya Pondok Jati Blok BE no. 12A Sidoarjo
	PONOROGO	Jl. Diponegoro No 42 Ponorogo
	PROBOLINGGO	Jl. Suroyo No 16, Probolinggo
	SAMPANG	Jl. J.A. Suprpto No. 50, Sampang
	SITUBONDO	Jl. Kenanga no 94 Situbondo
	SUMENEP	Ruko Adi Poday, JL TRUNOJOYO NO. 214
	SURABAYA BUKIT DARMO	Jl. Bukit Darma Boulevard No 6 C-D, Surabaya
	SURABAYA PEMUDA	Jl. Pemuda No. 181, Surabaya
	SURABAYA TLT MANYAR	Gedung Telkom Landmark Tower Jl. Dr.Ir.H. Soekarno No.175, Surabaya
	TAMAN	Jl. Raya Taman no. 218 E Sidoarjo
	TRENGGALEK	Jl. Sukarno Hatta Ruko Hayam Wuruk, Trenggalek
	TUBAN	Jl. Brawijaya No. 26 Tuban
	TULUNGAGUNG	JL. Panglima Sudirman 45 Ruko Kanjengan Tulungagung
	WTC	Gedung WTC Lt.1 No. 164 - 171 . Jl. Pemuda 27-31. Surabaya
	AMUNTAI	Jl. A.Yani KM 1 Kec. Amuntai Tengah Kab. Hulu Sungai Utara, Kalsel
	BANJARBARU	Jl A Yani km 36, kel Mentaos kec Banjarbaru utara 70711
	BANJARMASIN	Jl. Ahmad Yani Km 5,7 Banjarmasin
	BARABAI	JL. IR. P. H. M. NOOR RT. 03 KEC. BARABAI KAB. HST (71311) KAL-SEL
	BATULICIN	JL.Raya Batulicin RT.13 Tanah Bumbu Kal-Sel
	BONTANG	Jl. Brigjend Katamso No.10 Bontang Plaza, Bontang
	BUNTOK	Jl. Panglima Batur No. 25 Buntok, Kal-teng 73711
	HANDIL	Jl. M. Hatta (Handil 3), Kecamatan Muara Jawa Kal-Tim
	HR ARAHMAN PONTIANAK	Jl. H.R.Arahman No. 168 Pontianak, Kal-Bar 78113
	KANDANGAN	Jl. Panglima Batur No. 36 Simpang 4 BRI Kandangan, Kal-sel 71212
	KASONGAN	Jl. Cilik Riwt KM 1 Kasongan, Kalteng

Regional**Nama GraPARI****Alamat**

KETAPANG	Jl. Sisingamangaraja No. 22 Kel. Sampit Kec. Delta Pawan -Ketapang
KOTA BANGUN	Jl. Sri Bangun No. 31 Rt. 19 Kec. Kotabangun Ulu - Kota Bangun
KOTABARU	Jl. Veteran K.01 RT. 4 Kel. Dirgahayu (seberang hotel kartika) kec. P.L Utara Kota Baru 72115
KUALA KAPUAS	Jl. Jend. A. Yani No. 37 RT. 12 Kel. Selat Hilir Kuala Kapuas 73513, Kal-Teng
LOAJANAN	Jl. Cipto Mangunkusumo No. 39 RT. 12 Kelurahan Harapan Baru, Kecamatan Loa Janan Ilir
MALINAU	Jl. Raya Pandita RT 06 No. 71B Malinau 77554
MELAK	Jl. K.H Dewantara No 55 AB RT 26 Melak Ulu 75765 Kutai Barat
MT HARYONO BALIKPAPAN	Jl. Soekarno Hatta KM. 3 RT. 42 Kel. Gunung Samarinda Balikpapan Utara
NUNUKAN	Jl. Tien Soeharto Rt.13 No.14 Kel. Nunukan Timur Kec. Nunukan Kab. Nunukan 77482 Kal-Tara
PALANGKARAYA	Jl. Ahmad Yani No. 45 Pahandut, Palangkaraya
PANGKALAN BUN	Jl. Iskandar No. 99C Kel. Madurejo, Pangkalan Bun - Kalteng
PELAIHARI	Jalan H.Boejasin No.09 RT.26 (samping Bank Mandiri Syariah) Pelaihari 70814 kalimantan selatan
PENAJAM	Jl Provinsi km.18 Kelurahan Petung Kec. Penajam Kab Penajam Paseur Utara Kaltim 76143
PONTIANAK	Jl. Gusti Sulung Lelanang No.5A, Pontianak
PULAU IRIAN SAMARINDA	Jl. Pulau Irian No. 67, Samarinda
PUTUSIBAU	Jl. Komyos Sudarso No 28 Putussibau - Kalbar
RANTAU	Jl. Brigjend H. Hasan Basri No. 3 Rantau, Kalsel 71111
S.PARMAN BANJARMASIN	Jl. S. Parman Ruko No. 4D Rt. 20/01 Pasar Lama. Banjarmasin Tengah
SAMARINDA	Mall Lembuswana Blok AC 16-18 Jl. S Parman Samarinda Utara
SAMBAS	Jl. Terigas ds. Saing Rambu dsn Sunsung Rt/Rw 14/03 No.89 B Sambas, Kal-Bar 79462
SAMPIT	Jl. Cilik Riwt KM 1.5 RT 15 Sampit - Kalimantan Tengah
SANGATTA	Jl. APT Pranoto No 98D, Sangatta 15611, Kaltim
SANGGAU	Jl. Jend. Sudirman No. 13 Kel. Beringin Kec. Kapuas - Sanggau 78512
SEI DANAU	Jl. Propinsi KM 167, Sei Danau, Kec. Satui, Kab. Tanah Bumbu, Kal-sel 72257
SINGKAWANG	Jl. Swadaya No. 02 Komp. Telkom, Kel. Pasiran, Kec. Singkawang Barat, Kalimantan Barat
SINTANG	Jl. MT Haryono KM 04. Samping SPBU Melawi Timur. Kel. Kapuas Kanan Hulu, Kode Pos 78614
SUDIRMAN BALIKPAPAN	Jl. Jenderal Sudirman No. 1 Damai, Balikpapan

Regional	Nama GraPARI	Alamat
SULAWESI	TANAH GROGOT	Jl. RM Noto Sunardi RT 4 Tanah Grogot Kal-Tim
	TANJUNG	Jl IR PHM Noor RT. 08 desa Mabuun kec. Murung Pudak kab. Tabalong kalsel 71571 (400 meter dari tugu Obor arah ke- tanjung)
	TANJUNG REDEP	Jl. Niaga 1 RT 1 No. 19 Tj. Redep - Berau 77311
	TANJUNG SELOR	Jl. Duku Rt. 15 Komp. Ruko No. 2 (Samping Star Swalayan) Tanjung Selor 77212
	TARAKAN	Jl. Mulawarman No. 1 Tarakan
	TENGGARONG	Jl. Patin No.09 Rt.28 Kel. Timbau Kec. Tenggarong Kab. Kutai Kartanegara Kalimantan Timur 75511
	AMURANG	Jl. Kantor Pos Lingk III, Uwuran 1, Kec. Amurang, Minahasa 95354
	BAU BAU	Jl. WR. Monginsidi (Pertigaan SPBU H. Karim) Kel. Bataraguru, Kec. Wolio, Bau Bau 93714
	BITUNG	Jl. Sam Ratulangi, Kompleks Ruko Baru (Samping Kantor Pajak) Bitung
	BONE	Jl. Ahmad Yani (depan Alfamart) Kel. Jeppe E Kec. Tanete Riattang Barat, Kab Bone
	BULUKUMBA	Jl. Sam Ratulangi, Bulukumba
	DAYA MAKASSAR	Jl. Perintis Kemerdekaan Km. 15 Ruko Kimia Square B.A16, Makassar
	GORONTALO	Jl. Jaksa Agung Suprpto No. 22, Limba U dua, kota selatan, Gorontalo
	GOWA	JL. Poros Sultan Hasanuddin No.146 B, Gowa (Depan Patung Adipura Gowa)
	KENDARI	Jl. A Yani No.8 Kendari
	KOLAKA	JL. Pramuka No. 30, Kolaka
	KOTAMOBAGU	Jl. Adampe Dolot No. 168 Kel. Mogolaing (Depan Lapangan Mogolaing) Kotamobagu
	LUWUK	J. Kol. Sugiono Komplek Ruko Lalong, Luwuk Banggai Sulawesi Tengah 94715
	MAKASSAR	Jl. AP. Pettarani No.2 Makassar
	MAKASSAR TRADE CENTER	Jl. Ahmad Yani No. 49 MTC Lt.3 Blok L06-09, Makassar
	MALL PANAKUKKANG	Jl. Adhyaksa No. 1, Panakukkang Square Lt. 2 Blok SF 03 Makassar
	MAMUJU	Jl. KS Tubun (Depan Bank Sinar Mas, Samping Kiri Kimia Farma Klinik). Kel. Rimuku, Kec. Mamuju, Kab. Mamuju, Sulawesi Barat, Kode Pos 91511
	MANADO	Jl. Pemuda No.2 Sario Manado
	MANADO TOWN SQUARE	Jl. Piere Tendean Boulevard Lt. Ground Floor (GF), Manado
	MARISA	Jl.Trans Sulawesi No. 133 Komplek Ruko Vanda Indah Kab. Pohuwato/Jl.Trans Sulawesi Kab. Pohuwato depan PT. Cargill
	MAROS	Jl. Jendral Sudirman No. 133, Maros

Regional**Nama GraPARI****Alamat**

PAPUA MALUKU	PALOPO	Jl. Andi Djemma Kel. Tompotika Ruko 3-4 (Ruko Sinar Galesong) Palopo
	PALU	Jl. Towua No. 43 (Gd. Ex Alkom) Palu, sulawesi tengah 94113
	PANGKEP	Jl. Kemakmuran No. 5B (Ruko Abadi), Pangkep
	PARE-PARE	Jl. BAU MASSEPE no. 108 kel. Cappa Galung kec. Bacukiki Barat kota Parepare
	PARIGI	Jl.Trans Sulawesi Kel. Masigi Kec. Parigi Kab. Parigi, 94471
	PINRANG	Jl. Jendral Sudirman Kel. Bentenge Kec. Watang Sawitto Kab. Pinrang (dekat perbatasan kota)
	POLMAN	Jl. H Andi Depu No. 108 Pekkabata Polman
	POSO	Jl. P. Irian Jaya No 8 (Samping Bank BNI), Kel. Kayamanya Sentral, Kec. Poso Kota, Kab. Poso, Sulawesi Tengah
	RAHA	Jl. Lakilaponto kel. Mangga kuning kec. Katobu
	SELAYAR	Jl. KH. Hayyung No. 97, Selayar
	SENGKANG	Jln.Jawa no.2 kel lapongkoda kec tempe kab wajo
	SINJAI	Jl. Persatuan Raya No. 13, Sinjai
	SOROAKO	Jl. Gamalama No. 1, Soroako
	TERNATE	Jl. Kapitan Pattimura No. 124 Kel. Kalumpang Ternate
	TOBELO	Jl. Bayangkara Ruko Amazi. Gamsungi Tobelo 97762
	TOLI TOLI	Jl. Usman Binol No. 24 Kec. Baru Kel. Baolan ,Tolitoli 94514
	TOMOHON	Jl. Raya Tomohon Kel. Kakaskasen, Lk. VI No. 238 Kec. Tomohon Utara, Tomohon
	TORAJA	Jl. Pongtiku lemb. Rinding Batu Kec. Kesu (Samping Bank Pundi)
	ABEPURA	Jl. Raya Abepura Plasa Telkom
	AMBON	Jl. J.B Sitanala no 9 A, Talake, Ambon
	BIAK	Jl. Jendral Sudirman Ruko Pemda No. 4, Biak 98112
	FAK FAK	Jl. Salasa Namudat No. 11 Kompleks Ruko Pelabuhan, Fak Fak
	GraPARI Telkom Group Sorong	Jl. Ahmad Yani No. 16 Sorong Manoi
	JAYAPURA	Mall Jayapura - Lt GF 12-13 Jl. Sam Ratulangi APO Jayapura - Papua
	MANOKWARI	Jl. Merdeka No. 66, Manokwari
	MASOHI	Jl. Imam Bonjol (Belakang Bank Maluku Lama) Kec. Masohi Kab. Maluku Tengah
	MERAUKE	Jl. Raya Mandala, Merauke 99616

Regional	Nama GraPARI	Alamat
	NABIRE	Jl. PEPERA Kantor Telkom Kelurahan Karang Mulia(depan dinas kehutanan) Nabire 98815
	SAUMLAKI	Jl. Mathilda Batlayeri No.8 Saumlaki
	SENTANI	Jl. Raya Sentani Pojok (Kompleks Ruko BRI unit Hawai), Sentani 99352
	TEMBAGAPURA	Retail Center - Mile 68 , Tembagapura, Timika - Papua 99930
	TIMIKA	Jl. Hasanuddin, Timika, Mimika Baru, Nawaripi, Mimika Baru, Kabupaten Mimika, Papua 99910
	TUAL	Jl. DR. Leimena - Langgur, Kel. Langgur, Kec. Kei Kecil, Maluku Tenggara, Prov. Maluku, Kode Pos : 97611
	WAMENA	Jln.Tamberin Plasa Telkom Wamena

Regional	Nama GraPARI	Tipe	Alamat
Internasional	GraPARI HONGKONG	Reguler	11 Keswick Street Causeway Bay (Depan KJRI Hong Kong)
Internasional	GraPARI MADINAH I	Mall	Al Namlah Center (Hotel Salihyah) Pintu 26 Masjid Nabawi
Internasional	GraPARI MADINAH II	Mall	Hotel Millenium Taibah Lantai Shopping Center Pintu 6 & Pintu 7 Masjid Nabawi
Internasional	GraPARI MAKKAH	Mall	Zam-zam tower, lantai P3 (Foodcourt area)
Internasional	GraPARI TAIWAN	Reguler	Ruko No. 1A, Lantai B1, Taipei City Mall (Mall Bawah Tanah TMS pintu Y27, Beimen MRT Ext 3)

Data Perusahaan

Para pemegang saham Telkomsel adalah PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (TELKOM) dan Singapore Telecom Mobile Pte Ltd (Singtel Mobile). TELKOM, yang memegang 65% kepemilikan saham Telkomsel, adalah operator telekomunikasi terbesar di Indonesia. TELKOM tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI:TLKM) dan New York Stock Exchange (NYSE:TLK) dan mayoritas sahamnya dimiliki oleh Pemerintah Indonesia. Singtel Mobile memiliki 35% kepemilikan saham Telkomsel dan merupakan anak perusahaan yang dimiliki sepenuhnya oleh Singapore Telecommunications Limited (Singtel). Singtel adalah grup telekomunikasi terkemuka Asia dengan jaringan kantor di Amerika Serikat, Eropa, Asia Pasifik dan Timur Tengah. Singtel tercatat di Singapore Exchange (SGX:ST).

ALAMAT PEMEGANG SAHAM



PT Telekomunikasi Indonesia Tbk
(TELKOM)
Graha Merah Putih
Jl. Japati No. 1, Bandung
Jawa Barat, Indonesia - 40133
Tel. +62-22-4521404
Fax. +62-22-7206757
www.telkom.co.id

ALAMAT PERUSAHAAN

PT Telekomunikasi Selular
(Telkomsel)
Telkom Landmark Tower, Tower 1
Jl. Jend Gatot Subroto Kav. 52,
Jakarta 12710, Indonesia
www.telkomsel.com



Singtel Mobile
31 Exeter Road - Comcentre
Singapore 239732
Tel. +65-6838 3388
Fax. +65-6738 3769
www.singtel.com



by Telkom Indonesia 

**PT Telekomunikasi Selular
(Telkomsel)**

Telkom Landmark Tower, Tower 1
Jl. Jend Gatot Subroto Kav. 52,
Jakarta 12710, Indonesia
www.telkomsel.com